



UNIVERSIDADE DO MINHO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo

Relatório de Estágio Profissional
Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

EVALDIR SANTOS MARQUES

Mindelo, 2015

EVALDIR SANTOS MARQUES

Relatório de Estágio Profissional
Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

Relatório de Estágio Profissional para
cumprimento dos requisitos necessários a
obtenção do grau de Licenciatura em Gestão
Hoteleira e Turismo da Universidade do
Mindelo.

Orientadora: Mestre Vera Monteiro

Mindelo, 2015

AGRADECIMENTOS

A oportunidade oferecida pela Universidade do Mindelo, e pelo Resort Foya Branca foi muito importante para a minha formação profissional, e como experiência de vida. Aos administradores das instituições, o meu agradecimento.

O meu profundo agradecimento à minha querida mãe que sempre acreditou nas minhas capacidades e pela confiança depositada.

Aos meus colegas de turma e de repúblicas pela luta que enfrentamos juntos durante esses quatro longos anos.

Ao Mestre João Henrique Pereira Gomes Rêgo pelo suporte.

À minha orientadora pelo apoio ao longo do trabalho.

Um bem-haja a todos.

DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho a minha mãe **Arlinda Santos Rocha**, que sempre me deu forças para seguir em frente.*

ÍNDICE

Índice de Organogramas	7
Índice de Tabelas	7
Siglas e Abreviaturas	8
Resumo	9
Abstract.....	10
Introdução	11
Parte I – Apresentação da Entidade Acolhedora	14
1.1. Breve Historial do Hotel Foya Branca	14
1.2. Organograma Funcional do Hotel Foya Branca	15
1.3. Departamento de Alimentos e Bebidas (F&B) do Hotel Foya Branca	16
1.3.1. Atribuições e Responsabilidades do Assistente de Direção do F&B	17
1.3.1.1 Planeamento e Gestão de Eventos	18
1.3.1.2 Gestão e Administração dos Recursos Humanos e Materiais	21
1.3.1.3 Controlo dos custos do F&B	23
1.3.1.4 Política Comercial e Marketing.....	28
1.3.2. Cozinha	35
1.3.3. Restaurante.....	44
1.3.4. Bar	54
1.3.5. Economato	55
1.3.6. Compras	58
Parte II – Atividades Desenvolvidas	61
2.1 Metodologia.....	61
2.2 Caracterização Científica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B).....	62
2.2.1 Evolução do Turismo	62
2.2.2 Evolução da Hotelaria.....	67
2.2.3 Surgimento e Caracterização do Departamento de F&B	70
2.2.4 Food & Beverage Control	71
2.2.5 Restaurante e Bar	73
2.2.6 Cozinha	81
2.2.7 Economato e Compras	89
2.3 Tarefas Práticas Realizadas	90
2.3.1 Restaurante e Bar	90
2.3.2 Cozinha	92
2.3.3 Economato e Compras	93
2.3.4 Gestão de Recursos Humanos.....	94
2.3.5 Planeamento e Gestão de Eventos	94
2.3.6 Políticas Comerciais e Marketing	94
Parte III – Apreciação Crítica.....	96
3.1. Áreas de Identificação com o Curso.....	96

3.2. Análise Crítica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)	96
3.3. Dificuldades Encontradas	98
3.4. Recomendações/Sugestões	98
Conclusão	100
Bibliografia	102
Glossário	105
Anexos	107

ÍNDICE DE ORGANOGRAMAS

Ilustração 1: Organograma do Hotel Foya Branca	15
Ilustração 2: Organograma F&B do Foya Branca	16
Ilustração 3: Organograma da Cozinha	36
Ilustração 4: Organograma do Restaurante	45
Ilustração 5: Organograma do Economato	55

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Cálculo de Custos & Proveitos	24
Tabela 2: Análise da Popularidade e Rentabilidade	26
Tabela 3: Quadro de Cores	43
Tabela 4: Lista de Fornecedores	60

SIGLAS E ABREVIATURAS

F&B – *Food and Beverage* é um conceito hoteleiro que representa o departamento que gere os alimentos e bebidas.

FIFO – Expressão utilizada nos armazéns, que significa o primeiro a entrar será o primeiro a sair.

HACCP – Análise dos perigos e pontos críticos de controlo.

PCC – Pontos críticos de controlo.

P.O.S – Point of sales (Pontos de Vendas)

FDA – Administração de Alimentos e Drogas

CFSAN – Centro de Segurança Alimentar e Nutrição Aplicada

NACMCF – Comité Consultivo Nacional sobre Critérios Microbiológicos para Alimentos

NASA - Administração Nacional da Aeronáutica e do Espaço

OCDE – Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico

IP – Índice de Popularidade

MC – Margem de Contribuição

IR - Índice de Rentabilidade

OMT – Organização Mundial do Turismo

RESUMO

Este relatório de estágio foi desenvolvido com o intuito de descrever as diversas atividades desenvolvidas durante o período de estágio profissional realizado no Resort Hotel Foya Branca, com a duração de três meses e com uma carga horária de 480hs.

Optou-se pelo departamento de F&B, sob a orientação da assistente de direção para essa mesma área. O estágio abrangeu as áreas de Restaurante, Bares, Cozinha, Economato, Compras, e permitiu conhecer as políticas de planejamento e gestão de eventos, administração dos recursos humanos, marketing comercial e de vendas.

Fez-se um reconhecimento físico de todas as seções, equipamentos, *staff* bem como a coordenação das práticas operacionais. Fazendo o uso de arquivos documentais, *softwares*, pastas de procedimentos de serviços, relatórios informativos inerentes ao funcionamento do departamento com o objetivo de desenvolver a capacidade prática do formando, bem como o ajustamento das teorias com a realidade do mercado de trabalho.

Palavras-chave: Planejamento, *Food & Beverage Cost*, Gestão, Clientes, Hotel.

ABSTRACT

The aim of this traineeship report is to describe the activities held during the traineeship, which took place in *Foya Branca* Resort Hotel for 3 months, lasting 480 working hours.

The choice was the F&B department, oriented by the F&B assistant manager.

The traineeship included the Restaurants, Bars, Kitchen, Supplies and the Shops; it helped identify the planning policies and events management, administration of human resources, marketing commercial and sales.

There was a physical recognition of all sections, equipment, staff, including the coordination of operational practices. Documentary files, software, service procedures files and informative reports relating to the operation of the departments were used with the objective of developing the trainee's practical ability, as well as the adjustment of theories with the reality of the labor market.

Keywords: Planning, Food & Beverage cost, management, Clients, Hotel.

INTRODUÇÃO

O curso de Gestão Hoteleira e Turismo pela sua abrangência e cariz prático impõe um forte complemento operacional, capaz de munir os futuros profissionais de competências e valências, que só são possíveis de adquirir num contexto laboral, fazendo uma ponte de ligação entre a componente prática correspondente a realidade laboral e a componente teórica ministrada nas aulas.

Não desmerecendo o marco teórico ministrado nas aulas mas é relevante realçar a importância da vertente prática, pois esta permite que o indivíduo conheça a realidade laboral em que está inserido ou na qual se pretende inserir, na medida em que muitas vezes existem muitas teorias que não se aplicam/enquadram na prática, sendo necessária ajusta-las a realidade.

Assim para além do ajustamento da prática e da teoria, o referido estágio teve como finalidade capacitar o formando atribuindo competências que lhe possibilitem uma aceitação/adaptação suave e imediata no ambiente laboral.

A realização do estágio profissional constitui uma das exigências da universidade do Mindelo, para conclusão dos cursos ministrados neste estabelecimento de ensino superior, desta forma optou-se pelo estágio profissional com uma duração de três meses, que decorreu no Resort Hotel Foya Branca mais concretamente no departamento de F&B, com intuito de adquirir ferramentas, competências, valências e conhecimentos necessários para que se pudesse ter uma rápida integração e melhor colocação possível no mercado de trabalho, pois o mercado está em constante transformação e cada vez mais tem-se tornado mais exigente e competitivo.

O estágio foi realizado nesse departamento de forma a facultar ao formando a oportunidade de ter um contato mais aprofundado com o ambiente laboral, proporcionando aquisição de competências, tais como o reconhecimento dos equipamentos, gestão dos recursos materiais e humanos, executar, planear e controlar as práticas operacionais, inerentes ao funcionamento das áreas de estágio, reconhecer diferentes serviços e sua importância para satisfação dos clientes, permitindo alcançar os três níveis do saber: saber ser, saber estar e saber fazer.

Este relatório abrange três partes, a primeira busca na sua essência a apresentação da entidade acolhedora, fazendo uma breve referência ao seu historial, e, também, é apresentado a sua estrutura organizacional.

A segunda parte foca principalmente na metodologia utilizada e nas atividades desenvolvidas durante o estágio profissional.

A terceira parte ostenta a apreciação crítica do estágio, expondo as áreas de identificação com o curso, sugestões de melhorias, dificuldades encontradas, e por fim uma conclusão.

Objetivos

Método, atividade e conteúdo utilizado para que se consiga atingir determinadas metas, este é de extrema importância para a orientação de um trabalho acadêmico, podendo ser gerais ou específicos.

Objetivo Geral:

- ❖ Obter uma visão ampla e detalhada da gestão e administração do departamento de F&B, capacitando o formando na aquisição de valências que lhe permitirão uma melhor inserção e adaptação no mercado laboral.

Objetivos Específicos:

- ❖ Ajustar o conteúdo teórico com a realidade profissional, adquirindo competências que capacitam o aluno a enfrentar os desafios futuros no mercado de trabalho;
- ❖ Reconhecer a complexidade e as funcionalidades do departamento de F&B;
- ❖ Planear diferentes tipos de serviços em função da demanda;
- ❖ Perceber a importância e colaboração do departamento de F&B para o alcance dos objetivos gerais do hotel;

- ❖ Ter em atenção a função e importância dos Recursos Humanos a nível da qualidade do produto final.

PARTE I – APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA

1.1. Breve Historial do Hotel Foya Branca

Situada a 10 km de Mindelo e a 1 km do aeroporto, na Baía de São Pedro, a beira de uma das mais belas praias da ilha, o hotel Foya Branca é um complexo turístico de 4 estrelas com 30.000 m² de área, perfeitamente integrado no ambiente que o rodeia.

Inicialmente pertencia a um cidadão Belga, mas em 1999 foi vendido a uma sociedade de portugueses e cabo-verdianos, que até hoje se mantêm os donos.

Com um capital social de 750 mil contos, o Resort é composto por 12 júnior suites, 4 triplos, 52 duplos, todos equipados com ar condicionado, cofre, mini bar, televisão, telefone, duche (água quente e fria) e secador de cabelo. Ainda contam 6 vilas com 2,3 e 4 quartos com *kitchenette*.

O hóspede tem ainda oportunidade de desfrutar de 3 piscinas de água doce, sendo uma delas para crianças, bem como a possibilidade de praticar ténis, jogos diversos e fazer exercícios no ginásio. Possui ainda uma escola de mergulho que de certo modo será uma mais-valia para o hóspede.

Ideal para uma estadia balnear de verdadeiro repouso, o hotel tem um restaurante, três bares e um *snack-bar*, a cozinha é de qualidade baseada essencialmente em produtos locais.

O hotel assegura o transporte de e para a cidade do Mindelo, aluguer de viaturas e bicicletas a partida do hotel, também organiza excursões em São Vicente, dispõe ainda de *Wifi* grátis para os clientes.

Visão:

Proporcionar ao cliente um serviço eficiente, rápido e com elevada qualidade, de modo a destacar-se face à concorrência e alcançar a liderança do mercado.

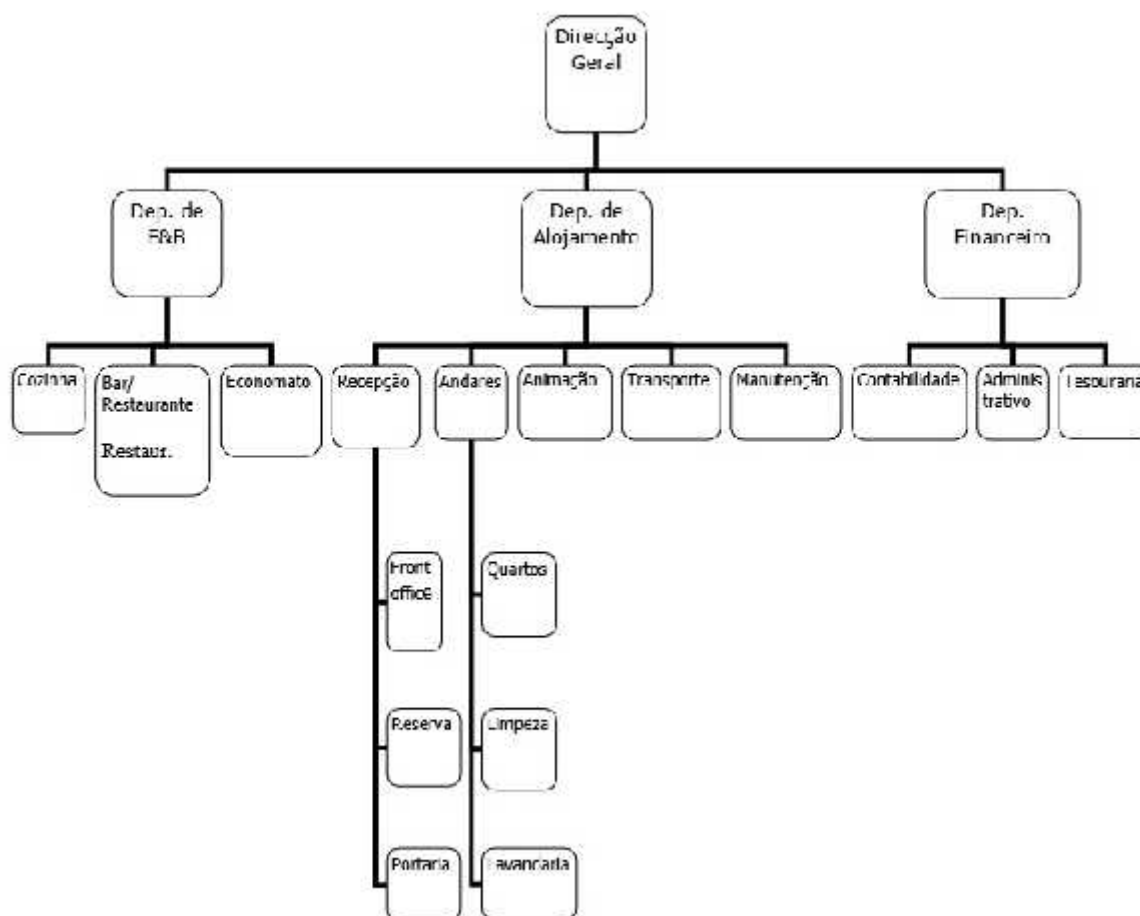
Missão:

Disponibilizar serviços de alojamento e restauração, de modo a atender as necessidades e expectativas dos clientes/hóspedes, parceiros e empresas, tendo sempre em conta a questão preço/qualidade. (em anexo 1)

1.2. Organograma Funcional do Hotel Foya Branca

A distribuição e atribuição de responsabilidades entre secções são organizadas, através de, um organograma funcional, sendo que os problemas são solucionados por departamentos, agilizando assim, a tomada de decisões.

Ilustração 1: Organograma do Hotel Foya Branca

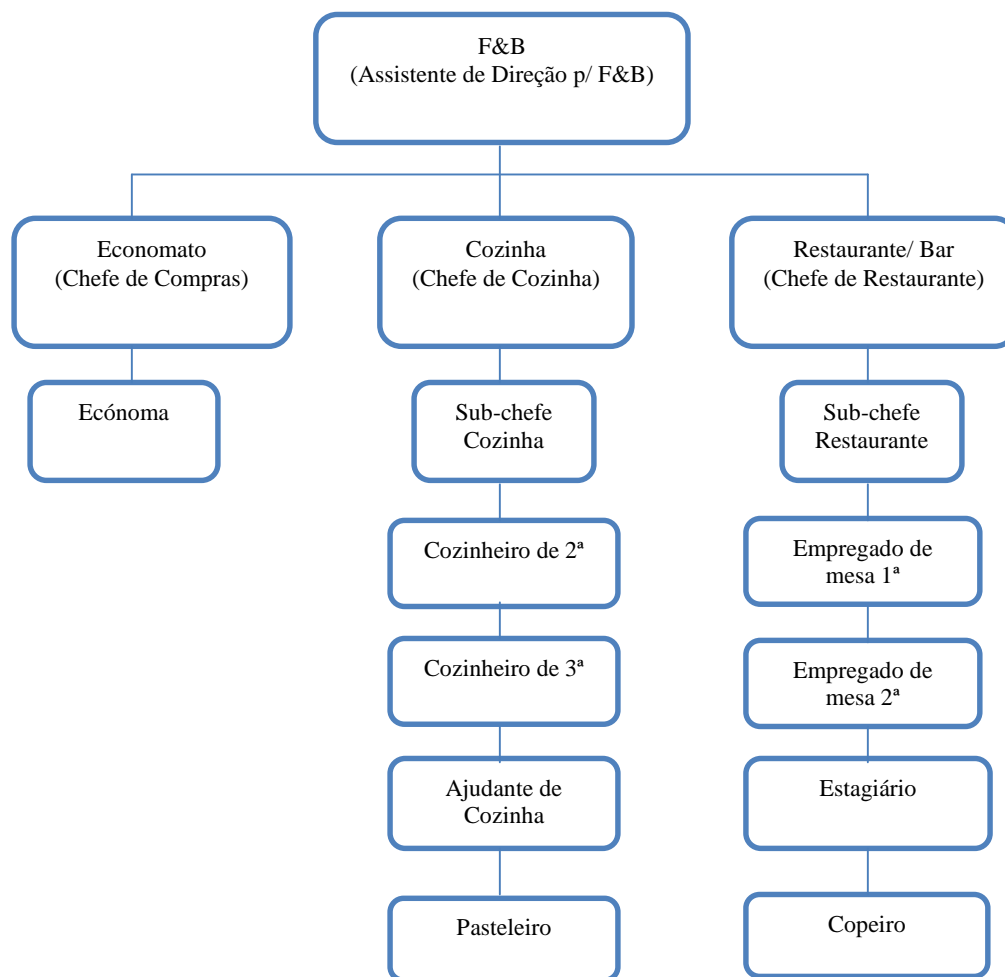


Fonte: Hotel Foya Branca

1.3. O Departamento de Alimentos e Bebidas (F&B) do Hotel Foya Branca

Para uma melhor organização do departamento de F&B do Hotel Foya Branca, foi criado um organograma, que é composto pelas secções de Econmato, Cozinha e Restaurante/ Bar, em que estas se ocupam de toda a operação de alimentos e bebidas.

Ilustração 2: Organograma F&B do Foya Branca



Fonte: Hotel Foya Branca

1.3.1. Atribuições e Responsabilidades do Assistente de Direção do F&B

O assistente de direção para a área de F&B deve possuir um perfil de liderança forte, sustentado em capacidades de comunicação, de planeamento, de controlo, de formação, de iniciativa e de actuação permanente.

Deste modo, o assistente de F&B do Hotel Foya Branca tem as seguintes responsabilidades:

- ❖ Planear, coordenar, supervisionar e controlar as atividades na área de restauração e bebidas;
- ❖ Zelar pela perfeita condição de higiene e segurança dos produtos nos locais onde são estocados;
- ❖ Supervisionar o processo de elaboração dos alimentos e bebidas nos diversos pontos de produção, analisando a sua qualidade e quantidade;
- ❖ Atender as reclamações e sugerir medidas de melhoria;
- ❖ Elaborar as ementas;
- ❖ Elaborar e rever as fichas técnicas, propondo alterações, quando for o caso;
- ❖ Fazer a análise da rentabilidade e popularidade dos pratos da ementa;
- ❖ Estar sempre atento ao *Food & Beverage cost*;
- ❖ Fazer a comparação de custos e receitas mensalmente;
- ❖ Analisar periodicamente os preços de venda, tendo em vista as variações de custo;
- ❖ Supervisionar e participar do inventário de matérias;
- ❖ Elaborar o horário de trabalho e escalas de serviço;
- ❖ Apoiar no recrutamento, na seleção e no treinamento do pessoal afeto à sua área;
- ❖ Ter capacidade de liderança;
- ❖ Elaborar o mapa de férias;
- ❖ Atender eventualmente os fornecedores que desejam apresentar novos produtos.

Pode se ainda destacar algumas responsabilidades do Assistente de Direção do F&B:

- ✓ Planeamento e Gestão de Eventos;

- ✓ Gestão e Administração dos Recursos Humanos e Materiais;
- ✓ Controlo dos custos do F&B;
- ✓ Análise do Índice de Rentabilidade e Popularidade;
- ✓ Política Comercial e Marketing.

1.3.1.1 Planeamento e Gestão de Eventos

Conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo pelo lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem.

De acordo com o que se faz no Hotel Foya Branca:

Fases do Evento

O departamento de F&B promove a realização de eventos com finalidade de aumentar as suas receitas. Um hotel pode, simplesmente, local espaços para que outras empresas do ramo organizem e executem eventos. Contudo, pode ocorrer, também, que ele próprio passe a captar e organizar eventos. Neste caso, uma vez captado o evento, o departamento deve desenvolver uma série de tarefas:

-) Solicitação para realização do evento – o cliente entra em contacto com o hotel e manifesta a intenção de realizar determinado evento nas instalações do estabelecimento.
-) Elaboração e apresentação das propostas – depois de conhecer o que pretende o respetivo cliente, deve-se ainda tomar algumas informações importantes tais como o número de pessoas que farão presentes, o dia e a hora, conhecer o carácter do evento (familiar, social, profissional, político, religioso e outros), e tomar conhecimento se há algum pedido em especial. O assistente de Direção de F&B apresenta a proposta ao cliente já com respetivo orçamento. A proposta do menu geralmente é composta por entradas, prato de peixe, prato de carne, acompanhamento, sobremesa. Compete ao cliente decidir se quer um

orçamento com bebidas já incluídas ou se prefere que as bebidas sejam faturadas ao consumo.

-) Negociação – após a aceitação da proposta passa-se às condições de pagamentos. Deve ser feito um pré-pagamento de 50 % três dias antes do evento e o restante depois do evento e caso as pessoas estipuladas não apareçam, não é da responsabilidade do hotel, portanto pagará na totalidade o que foi acordado.
-) Planeamento do evento – é nessa fase que se faz a distribuição da brigada, compra dos materiais necessários e a coordenação interdepartamental.
-) Realização – é quando se passa a execução, ou seja, a montagem, coordenação, decoração, *layout*, limpeza do espaço e controlo do serviço.
-) Avaliação – é verificar se o evento ocorreu em conformidade com o esperado tanto para o cliente como para o hotel, ver se o cliente está satisfeito e se o evento foi de encontro com as suas expectativas, caso haja reclamação de alguma não conformidade, deve-se apresentar as sinceras desculpas e apurar o porquê da não conformidade, para certificar que erro desse tipo não aconteça em outras ocasiões, também deve-se controlar o rácio, controlo de custo e de receitas.

Planeamento do Evento

É uma prática que serve para apoiar a organização, liderança e acompanhamento de todos os elementos que compõem um evento, seja ela da natureza que for.

Planear é importante para qualquer atividade. Na realização de eventos, planear é fundamental. O planeamento vai fazer com que seu evento seja realizado com sucesso independente de situações inesperadas.

Saber o que se quer oferecer é fundamental. Só depois de definido o objetivo, o tema e o público-alvo do seu evento, você deve escolher a melhor data e o melhor local para acomodar os participantes do seu evento.

Uma vez definida a data do evento, muitas são as tarefas a serem executadas, um ponto relevante é distribuição da brigada, pois deverá saber o número de funcionários que será necessário para suportar o evento, caso for necessário deve-se adquirir pessoal que trabalha em *part-time*, o evento não deverá perturbar o funcionamento normal das atividades do estabelecimento, por isso não se pode desfalar a brigada. Assim para melhor coordenação a brigada é escolhida pelo responsável máximo desse departamento e pelos chefes dos setores abrangentes. Há que definir os sistemas de trabalho a ser adotado durante o desenvolvimento do evento.

Para que o serviço seja impecável é necessário que haja uma coordenação interdepartamental, ou seja, tem de haver comunicação entre os departamentos.

Realização

Trata-se da celebração do evento, ou seja, de efetuar todas as tarefas em que se tem estado a preparar na organização, cuja duração pode ter levado dias, semanas, meses, etc., de cumprir com a planificação traçada.

Os vários setores envolvidos devem estar previamente informados para que possam fazer o *mise-en-place*. A lavandaria fornece as rouparias necessárias se for o caso, a cozinha e o bar e restaurante devem requisitar os produtos necessários para a realização do evento. Esta fase consiste em colocar em prática o que se tinha delineado, ou seja, a cozinha encarrega da preparação dos alimentos, o bar ou restaurante trata das bebidas e do espaço, esperando apenas pelos clientes para começar o serviço. O serviço tem de ser o mais perfeito possível para ir de encontro com as expectativas/solicitação dos clientes.

Avaliação

Após a realização do evento, inicia-se o processo de encerramento, que consiste na avaliação técnica, administrativa e dos participantes. Isto é, ocorre a confrontação dos resultados esperados

com os obtidos, possibilitando identificar os pontos positivos e negativos do evento, a fim de confirmar ou não satisfação das expectativas dos clientes.¹

1.3.1.2 Gestão e Administração dos Recursos Humanos e Materiais

Segundo o autor Nunes (2007, p. 78) a gestão de Recursos Humanos é uma das funções tradicionais da gestão das organizações. Nesta mesma linha o autor diz:

“A gestão de recursos humanos tem como missão estabelecer o sistema que rege as relações entre os seus colaboradores, definir a melhor adequação de cada um deles à função que irá realizar, e estabelecer a integração dos colaboradores. Em suma, a gestão de recursos humanos é não mais do que a utilização eficiente dos colaboradores através do uso efetivo dos seus talentos e habilidades com vista ao atingir dos objetivos da organização sem esquecer o bem-estar dos próprios colaboradores.”

A gestão de Recursos Humanos inclui um conjunto de funções e atividades:

- ✓ Planeamento de recursos humanos;
- ✓ Recrutamento e seleção;
- ✓ Integração dos recursos humanos;
- ✓ Análise e descrição de funções;
- ✓ Avaliação de desempenho;
- ✓ Remuneração e incentivos;
- ✓ Higiene e segurança no trabalho;
- ✓ Formação profissional e desenvolvimento pessoal;
- ✓ Análise, controlo e auditoria de recursos humanos.

Gerir recursos humanos é uma tarefa inerente a todas as chefias e gerências de áreas. Pode-se, pois, afirmar que toda a pessoa que tem sob as suas ordens alguns colaboradores, exerce também a função de gerência dos recursos humanos.

¹ <http://www.foyabranca.com>

No Hotel Foya Branca, cabe então a Assistente de Direção e F&B ocupar-se dos assuntos de recursos humanos do respetivo departamento. Assim é responsável para o recrutamento do pessoal, de avaliação de desempenho, do fornecimento de dados para o processamento da folha de salários e do mapa de férias, relativamente às áreas inerentes a esse departamento.

O processo de recrutamento é constituído por diferentes etapas, entre as quais, a necessidade de recrutamento, a análise, a definição da função, a prospeção interna e externa, a triagem das candidaturas, as entrevistas e a decisão.

No que tange ao recrutamento de pessoal, a assistente de direção de F&B ao verificar a necessidade de recrutamento, comunica essa necessidade à sua hierarquia e esta analisa a referida necessidade e dá a autorização de recrutamento. O hotel dá prioridade ao recrutamento interno, mas se não houver nenhum funcionário dentro da empresa que se enquadra ao cargo, então se passa ao recrutamento externo. A triagem das candidaturas é feita com base nas cartas de candidatura e do curriculum vitae, é nesta etapa que seleciona os candidatos que melhor se enquadram no perfil do cargo. A etapa seguinte é a entrevista que permite informar o candidato sobre as características do cargo e da empresa, bem como permite a empresa captar o máximo de informações (biográficas, profissionais e psicológicas sobre o candidato). Após a entrevista passa-se a próxima etapa que é a decisão, ou seja, é determinar o candidato que melhor se enquadra no perfil que o hotel estava a procura.

Ao funcionário desse departamento é-lhe exigido o cartão de sanidade, que deve ser renovado de três em três meses, os funcionários de cada departamento são avaliados pelo seu chefe direto, através de uma ficha de avaliação, realçando a assiduidade, pontualidade, empenho, criatividade, comportamento.

Também é função da assistente de direção de F&B processar o mapa de horas extras, onde constam as horas extraordinárias de cada funcionário nos respetivos dias, contabilizando o total de horas extras do mês, entregando o mapa de horas extras a contabilidade, pois cabe a este fazer o processamento do salário. A escala de serviço é feita juntamente com os chefes de cada secção, respeitando sempre os critérios determinados pela legislação laboral em vigor.

Horários de Trabalho

Os horários de trabalho são estipulados conforme as férias do pessoal, tendo em conta a previsão da ocupação, há quatro períodos diferentes de forma a cobrir todas as necessidades do serviço. Por exemplo:

- Horário A – 7h00 às 15h00, destina-se a cobrir o serviço de pequenos-almoços, elaboração da mise-en-place para o almoço e serviços de mesa.
- Horário B – 12h00 às 15h00 e das 19h00 às 24h00, abrange os serviços de almoço e jantar.
- Horário C – 16h00 às 24h00, cobre o período da tarde e o jantar.
- Horário D – 10h00 às 18h00, faz o serviço de bebidas do bar e de apoio a piscina.

Após o período de doze meses de vigência do contrato de trabalho os funcionários têm o direito de usufruir de férias. O mapa de férias é elaborado pela assistente de direção e F&B, que procura conhecer as preferências dos funcionários. Caso a preferência do funcionário coincidir com a conveniência de disponibilidade para o hotel, este funcionário poderá obter suas férias na data desejada, mas se não coincidir então cabe a assistente de direção e F&B decidir a melhor data para férias, sendo que nos meses como julho e agosto, o estabelecimento não atribui férias aos funcionários visto que é um período de época alta.

1.3.1.3 Controlo dos custos do F&B

O controlo é feito através dos cálculos dos produtos que foram utilizados, as quantidades utilizadas de cada produto, e as bebidas consumidas nesses serviços, este tipo de controlo é aplicado com o objetivo de apurar os custos, as receitas e o rácio inerentes a esses serviços. Na análise das despesas, receitas e rácios há que separar as comidas e as bebidas.

Exemplo do controlo dos custos de um Buffet Rodízio no Foya Branca

De entre os diferentes controlos efetuados pela Assistente de F&B, destaca-se o controlo das despesas de *buffet* e Rodízio. É feito através dos cálculos dos produtos que foram utilizados, as quantidades utilizadas de cada produto, e as bebidas consumidas nesses serviços, este tipo de controlo é aplicado com o objetivo de apurar os custos, as receitas e o rácio inerentes a esses serviços. Na análise das despesas, receitas e rácios há que separar as comidas e as bebidas.

Para o apuramento dos custos da comida é necessário que a chefe de cozinha dê a assistente de direção de F&B a lista dos produtos e as respetivas quantidades, que foram utilizados nesses serviços. A obtenção da quantidade de bebidas consumidas nesses serviços é dada pelo relatório de vendas. Com base nesse relatório de vendas do dia em que se realizou esses serviços, e da lista fornecida pela cozinha faz-se a análise das despesas, receitas e rácios, tanto para as bebidas bem como para as comidas, isso através de uma ficha (**em anexo 2**).

A receita total é calculada da seguinte forma:

$$RT = \text{Preço de Venda} \times \text{Quantidade Vendidas}$$

O rácio dos produtos:

$$\text{Rácios} = \text{Custo Total} / \text{Receita Total} \times 100$$

Depois de encontrar a receita e o custo total das bebidas e comidas, então calcula-se o rácio total dos produtos.

Tabela 1: Cálculo de Custos & Proveitos

	Receitas	(-) Custos	(=) Resultados
Bebidas (total)	80.500,00	26.600,00	53.900,00
Comidas (total)	250.500,00	69.500,00	181.000,00
Total	331.000,00	96.100,00	234.900,00
Rácio Total	29%		

Fonte: Elaboração própria

Quanto menor for o rácio, maior será o lucro para o hotel. Esses cálculos permitem verificar se há ou não prejuízos. Após o apuramento desses resultados, este é entregue ao diretor do hotel para análise. Depois desse processo este é arquivado. O processo de controlo é realizado todas as segundas ou terças-feiras de cada semana.

Análise do Índice de Rentabilidade e Popularidade

Menu Enginerring e a sua Análise

“O menu do seu restaurante é o documento mais importante na venda dos seus pratos. Considere-o um VEÍCULO COMERCIAL E PROMOCIONAL. Muito do seu sucesso deve-se ao facto de como ele está redigido e gerido. A partir do menu, podemos perceber como a sua cozinha está a vender, analisar os pratos de maior sucesso e aqueles que contribuem, em maior número, para o lucro da sua gestão.” (LUISE, 2004, p. 37).

Existem três sistemas de Menu *Enginerring*:

) Smith & Kasavana – 1982

Baseado na popularidade e margem de lucro dos pratos individualmente, é o sistema mais utilizado, sobretudo na restauração de alto nível gastronómico.

) Miller – 1980

Baseado na popularidade e percentagem do *Food Cost* este sistema é indicado para o *Fast Food* e restauração de classe baixa.

) Pavesic – 1985

Baseado na percentagem do *Food Cost* e o total da margem de lucro dividido entre os pratos do menu, este sistema indicado para a restauração de nível médio.

O sistema utilizado no Hotel Foya Branca é o de Smith & Kasavana, que consiste num eixo sobre a qual avalia-se a popularidade dos pratos, este é dividido em quatro partes, *Plowhorse*, *Star*, *Dogs* e *Puzzle* (em anexo 3).

- ✓ Pratos **Plowhorse (BA)** - têm baixa rentabilidade e alta popularidade. Estes pratos devem ser mantidos no cardápio, embora há que diminuir os seus custos e aumentar ponderadamente o preço de venda, com intuito de tornar esses pratos mais rentáveis.
- ✓ Pratos **Star (AA)** – têm alta rentabilidade e alta popularidade. Estes pratos devem ser mantidos no cardápio, há sempre a possibilidade de fazer um ligeiro aumento nos preços, devido a sua alta popularidade.
- ✓ Pratos **Dogs (BB)** - têm baixa rentabilidade e baixa popularidade. Estes pratos devem ser excluídos do cardápio, mas há que ter atenção se falta ou há rutura de algum produto no mercado que faz parte da composição do prato durante algum tempo e por isso obteve essa classificação, assim deverá ser mantido até a sua procura aumentar.
- ✓ Pratos **Puzzle (AB)** - têm alta rentabilidade e baixa popularidade. É necessário aumentar a sua promoção, quer dando-lhe destaque na carta, quer através do esforço do empregado de mesa para vendê-lo. Deve-se baixar o preço de venda.

Tabela 2: Análise da Popularidade e Rentabilidade

Menú	Qde		P.		Marg.		Total	Total	T. Marg.	Ind.	Classe
	Venda	Ind.	Unit.	P.	Unit.	Unit.					
	(%)	Popul.	Venda	Custo		Contrib.	Vendas	Custos	Contrib.	Rentab.	
A											
B											
C											
D											
E											
F											

Fonte: Hotel Foya Branca

É um instrumento eficiente de gestão de vendas na medida em que permite avaliar a configuração entre a procura e a rentabilidade dos produtos que compõe a oferta de F&B no restaurante. Esta análise assume especial importância na avaliação do desempenho dos vários

pratos que constituem o menu do restaurante, permitindo saber aqueles que realmente interessam vender e aqueles que devem ser substituídos, isso num período de operação de 6 meses.

Na análise da popularidade e rentabilidade dos pratos, há que ter em conta os seguintes itens:

- ❖ Menu (Prato) – corresponde a designação dos itens de venda.
- ❖ Quantidades vendidas – correspondem a quantidade de doses vendidas e o respetivo peso percentual no período em análise conforme os registos em P.O.S.
- ❖ Índice de popularidade (IP) — Este índice é dado pela seguinte fórmula:

$$IP = (1 / n^{\circ} \text{ itens}) \times 70\% \times 100$$

Desta forma, todos os itens cujas vendas representam valores percentuais acima do índice de popularidade diz-se que tem alta (A) popularidade, e quando sucede o inverso diz-se que tem baixa (B) popularidade.

- ❖ Preço unitário de venda – corresponde ao preço de venda de cada dose sem IVA. —
- ❖ Preço unitário de custo – valor de custo de cada dose, obtida através das fichas técnicas de produção.
- ❖ Margem de contribuição (MC) – preço unitário de vendas líquido menos preço unitário de custo (corresponde a margem de lucro de cada dose).
- ❖ Total de vendas – quantidades de doses vendidas multiplicado pelo preço unitário de custo.
- ❖ Total de margem de contribuição – é a diferença entre o total de vendas e o total de custo. A percentagem calcula-se através da divisão de cada parcela pelo total de colunas de margem de contribuição.
- ❖ Índice de rentabilidade (IR) – este índice é dado através da seguinte fórmula:

$$IR = \text{Total de margem de contribuição} / \text{Total de quantidades vendidas}$$

- ❖ Classes – São dadas pelo cruzamento da popularidade e rentabilidade, podendo ser classificados como: *Plowhorse*, *Star*, *Dog* e *Puzzle*.

1.3.1.4 Política Comercial e Marketing

Embora quem se ocupa da área comercial e marketing do Hotel Foya Branca é o Diretor Geral, também é da responsabilidade do assistente de F&B a divulgação de novos produtos, por isso, há necessidade de planejar, dirigir e coordenar as atividades relacionadas com a comercialização e a venda dos produtos e/ou serviços do hotel.

O conhecimento das modernas técnicas de marketing e sua aplicação no ramo torna-se indispensável na condução do negócio hoteleiro.

O Diretor Geral dispõe de um Manual Comercial, estruturado da melhor forma possível, distinguindo todas as operações relacionadas com a área comercial.

Estudos de Mercado

O estudo de mercado constitui uma mais-valia para o empreendedor na medida em que permite diminuir as incertezas, possibilitando o conhecimento e análise das possíveis fraquezas e forças da empresa, bem como as possíveis oportunidades e ameaças do mercado. Assim a pesquisa de mercado é um instrumento. Como qualquer instrumento, ajuda a fazer melhor um determinado trabalho. O seu objetivo nas empresas é contribuir para que sejam tomadas decisões melhores, assim o marketing surge como um instrumento fundamental na análise do mercado, na conceção do produto e na promoção das vendas.

Na moderna gestão de uma organização de alimentos e bebidas, o consumidor é o foco de todo o planeamento operacional, desde a conceção do produto até ao seu serviço.

Deste modo o hotel procura conhecer ao máximo possível o mercado para tentar analisar pontos

como:

- ✓ Tendências de mercado;
- ✓ Possíveis modificações na estrutura do mercado decorrente da evolução económica;
- ✓ Inovações, capazes de criar novas necessidades;
- ✓ Manobras da concorrência;
- ✓ Comportamentos e hábitos de compra;
- ✓ Distribuição espaço/temporal da procura;
- ✓ Procedência e estrutura económica dos clientes;
- ✓ Eficácia da comunicação;
- ✓ Aceitação dos produtos /serviços;
- ✓ Necessidades não satisfeitas.

Os métodos de recolha dessas informações são:

- Questionários aos clientes e caixas de sugestões;
- Arquivos do clientes, (nome, profissão, idade, sexo, residência, estado civil, motivo da viagem, procedência, destino, etc.);
- Revistas especializadas;
- Publicação de empresas de *research*.

Através do estudo de mercado, pode-se ainda identificar os segmentos de mercado que podem enquadrar no perfil do *resort* hotel, ou seja, permite escolher a própria clientela oferecendo-lhe produtos/serviços que a satisfaçam, tendo em conta os custos e a rentabilidade da segmentação de um mercado como, também, a estrutura micro e macro económica tentando prever o comportamento do mercado a curto, médio e longo prazo.

Após estudar o mercado, bem como identificar os segmentos de mercado, o hotel desenvolveu o seu produto de forma a ir de encontro com essas características. É neste contexto que a empresa optou pela cozinha internacional de forma a captar clientes no mercado externo e interno.

Distribuição

A política de distribuição é um conjunto de medidas tomadas com vista a levar o produto/serviço ao cliente final, e a ela compreende-se uma melhor escolha dos canais, seleção de Operadores Turísticos e Agências de Viagens credíveis, preparar bem a oferta, estabelecer um programa de visita ao hotel, etc.

No Hotel Foya Branca, com o objetivo de fazer a sua promoção, em termos de marketing, os canais mais adequados de distribuição escolhidos são:

- ✓ Agentes de Viagem/Operadores Turísticos;
- ✓ Imprensa;
- ✓ Empresas;
- ✓ Embaixadas e Câmaras de comércio;
- ✓ Companhias de aviação;
- ✓ Público em geral.

Isto através de:

- Relações Públicas;
- *Mailings*;
- Visitas promocionais (porta a porta);
- Feiras;
- *Fam trips*;
- Acordos vários.

Preços

Os preços deverão ser estudados de acordo com a qualidade das instalações, serviços prestados e o mercado em geral. No que diz respeito aos preços das comidas e bebidas são elaboradas de forma a estarem em linha com outras unidades da zona, consideradas concorrentes:

- ❖ Carta de vinhos;
- ❖ Carta de bar;
- ❖ Menu de restaurante;
- ❖ Carta de *snacks*;
- ❖ Carta de mini bar;
- ❖ Carta de *room service*;
- ❖ Kite banquetes.

Packages

Aquando da elaboração de *packages* deverá ser sempre incluída no mínimo uma refeição no hotel, seguidamente são indicados alguns *packages* que poderão ser elaborados como forma de promover a época baixa e atrair clientela segmentada:

-) Páscoa;
-) Carnaval;
-) Dia de São Valentim;
-) Pausa de fim-de-semana;
-) Lua-de-mel;
-) Natal e final do ano.

Marketing direto

O *direct marketing* tem vindo a conhecer um grande desenvolvimento desde há alguns anos.

Vantagens:

- Permite uma maior segmentação e menor desperdício de fundos;
- A mensagem pode ser personalizada
- Permite o estabelecimento de uma relação duradoura entre o hotel e os clientes;

- Tem um maior impacto uma vez que só atinge quem está potencialmente interessado nos produtos/serviços oferecidos;
- Não permite à concorrência tomar facilmente conhecimento das ofertas estratégicas;
- A avaliação dos resultados torna-se mais fácil, baseando-se no índice de respostas.

Uma das condições imprescindíveis para que o hotel possa desenvolver um eficiente programa de *direct marketing* é a construção de uma base de dados de potenciais clientes.

Objetivos:

- Garantir a compra imediata;
- Fornecer pistas para prospeção;
- Fortalecer a imagem institucional.

Alvo

- Utilização do ficheiro de clientes. Os melhores clientes são aqueles que compram mais frequentemente e que gastam mais.

Oferta

- O marketing necessita de planejar uma estratégia de oferta que vá de encontro às necessidades do alvo.
- Na estratégia define-se também o meio pelo qual se vai efetuar a oferta. Cada meio tem a sua vocação e finalidade.

Instrumentos

- Correio direto (cartas, panfletos, brochuras, CD);
- Tele-marketing (telefone, fax, e-mail).

Vendas

A venda é uma das principais prioridades de qualquer organização com fins lucrativos, assim sendo obriga o gestor a fazer uso dos mecanismos de marketing adequados de forma a cativar o consumidor a comprar o produto.

Promoção interna de vendas

Os hóspedes são os primeiros potenciais clientes dos diversos pontos de venda existentes na unidade hoteleira. Sendo que durante a estadia do hóspede poderá consumir uma ou mais vezes no restaurante, bar ou no mini bar. Logo a promoção interna surge como um instrumento fundamental para catalisação e maximização das vendas.

Na ótica do *resort* hotel as secções de bar e restaurante podem e devem ser locais privilegiados de ponto de encontro dos clientes, contribuindo assim para:

- ✓ Criar vida própria, fazendo com que os clientes “vivam o hotel”;
- ✓ Ajudar, através de clientes satisfeitos, na divulgação do hotel;
- ✓ Criar uma maior receita para a empresa.

Dada a dispersão e compartimentação destes serviços, os hóspedes nem sempre se apercebem ou não sentem necessidade de utilizá-los, por não estarem na sua rota normal de circulação. Haverá que despertar/informar os clientes de forma a aderirem às iniciativas e ofertas que lhes são dirigidas para frequentar estes locais, promovendo, para o efeito ações especiais, assim o hotel procura oferecer ao cliente:

- ❖ Serviços animados, em termos de atendimento;
- ❖ Assistência personalizada;
- ❖ Manter sempre as instalações limpas e arrumadas de acordo com a decoração original;
- ❖ Criar noites temáticas, com menus, decorações e animação adequados aos temas;
- ❖ Animação ao vivo em casos pontuais;

- ❖ Informar os clientes, dos serviços que existem à sua disposição, através de placares, carta de boas vindas assinadas pelo diretor, com oferta de uma bebida no restaurante, sempre que utilizem estes serviços, durante a sua estadia no hotel (mencionar sempre o nome do restaurante e horários de funcionamento);
- ❖ Comunicar pessoalmente com os clientes.

Convém ter presente que cada serviço terá de ser rentabilizado por si próprio. Quanto maior número de clientes aderirem aos serviços, maior animação haverá e mais fácil será desenvolver outras iniciativas.

Os chefes procuram dar toda a atenção à organização e coordenação dos serviços, para que tudo decorra normalmente, de maneira que o cliente sinta bem e tenha um serviço de qualidade, sempre que utiliza os serviços.

Promoção externa de vendas

A promoção externa das vendas de F&B deverá ser focalizada em duas vertentes diferenciadas, clientes individuais e grupos, cada uma das quais com características próprias na respetiva promoção. A venda a grupos apresenta vantagens, é mais vantajoso e economicamente, do ponto de vista da exploração hoteleira, permitindo a obtenção de elevadas receitas.

Promoção externa para clientes individuais

- Cartão de clientes habituais (desconto de 10%);
- *Mailings*;
- *Happy hour*;

Promoção externa de vendas para grupos

- *Buffets*;
- *Rodízio*;

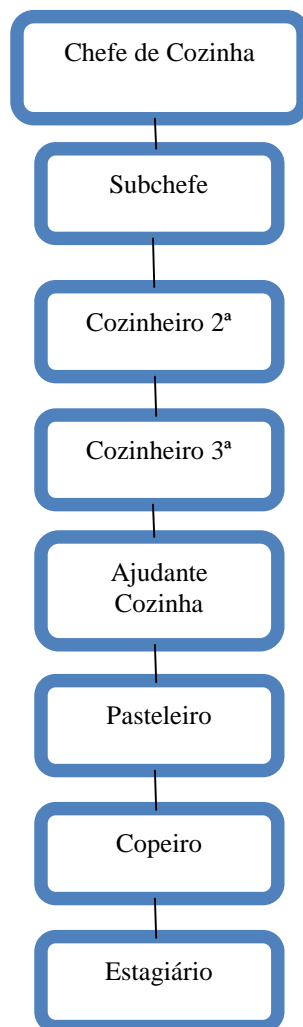
- *Packages*;
- Descontos a empresas;
- Cortesia;
- Eventos.

1.3.2. Cozinha

A cozinha é um sector muito importante na indústria hoteleira. É um sector muito sensível já que é na cozinha que se prepara as refeições que são servidas aos clientes, e também é nesse sector onde os desperdícios são elevados fazendo com que o controlo seja muito difícil. A cozinha deve ser instalada de modo a proporcionar ao cliente um serviço adequado à categoria do hotel.

Organograma da cozinha do Hotel Foya Branca

Ilustração 3: Organograma da Cozinha



Fonte: Hotel Foya Branca

Atribuições e responsabilidades

Chefe de cozinha

- ❖ Organizar, dirigir e supervisionar o trabalho da brigada da cozinha;
- ❖ Treinar o pessoal da cozinha;

- ❖ Distribuir os serviços de acordo com o número e categorias do pessoal;
- ❖ Fazer o controlo de desperdícios;
- ❖ Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- ❖ Supervisionar se a *mise-en-place* está conforme o movimento;
- ❖ Organizar inventários periódicos dos equipamentos e materiais da secção, zelando pela sua conservação e higiene;
- ❖ Elaborar Menus;
- ❖ Elaborar fichas técnicas;
- ❖ Cuidar da higiene e segurança.

Subchefe de cozinha

- ❖ Substituir o chefe de cozinha na sua ausência;
- ❖ Dirigir os trabalhos da *mise-en-place*;
- ❖ Ajudar a chefe na confeção dos pratos.

Cozinheiro de 2ª

- ❖ Substituir o subchefe na sua ausência;
- ❖ Colaborar na preparação da *mise-en-place*;
- ❖ Ajudar na confeção dos pratos.

Cozinheiro de 3ª

- ❖ Estar apto a confeção dos pratos;
- ❖ Colaborar na preparação da *mise-en-place*.

Ajudante de cozinha

- ❖ Colaborar na *mise-en-place*;

- ❖ Fazer entradas;
- ❖ Empratar;
- ❖ Fazer sobremesas;
- ❖ Ajudar na arrumação da cozinha.

Pasteleiro

- ❖ Preparar massas, doces e salgados;
- ❖ Modelar, montar, rechear e assar massas de confeitaria.

Copeiras

- ❖ Ser responsável pela arrumação das áreas de preparação dos alimentos;
- ❖ Lavar pratos, panelas e outros;
- ❖ Cuidar da limpeza do refeitório;
- ❖ Tratar da limpeza das câmaras frias.

Estagiários

- ❖ Colaborar nos trabalhos executados na cozinha.

Caracterização da cozinha do Hotel Foya Branca

A cozinha do hotel foi construída de acordo com requisitos legais de construção de cozinhas, dividido em zonas de pré-preparo, zona esta que é utilizado para a preparação da *mise-en-place* da cozinha, onde se organizam todos os produtos a serem utilizados na confeção dos pratos, zonas de preparo é aqui que se vai dar a confeção propriamente dita do prato que se vai servir ao cliente, e zonas de lavagem aqui deverão ser limpos todos os materiais utilizados nos dois pontos acima referidos, e zona do lixo, a cozinha tem um circuito de lixos, ou seja foram criados caminhos, que se deve seguir com o lixo evitando passar com mesmo perto das zonas de preparação de comidas.

A cozinha é ampla, permitindo a boa circulação dos funcionários, está localizado perto do restaurante com portas vaivém, impedindo que os ruídos e odores da cozinha passem para o restaurante, as paredes são revestidas com azulejos brancos, permitindo uma fácil limpeza, o piso é antiderrapante e de fácil limpeza, possui portas e várias janelas, protegidas com redes impedindo a entrada de insetos e roedores, e também proporcionam uma boa iluminação natural, a cozinha possui um sistema de ventilação, para captação de fumos e odores, e que permite um conforto térmico para as pessoas que ali trabalham e por fim as conexões elétricas estão bem protegidas e isoladas.

Organização do serviço da cozinha

Diariamente, a brigada da cozinha segue alguns procedimentos para melhor organizar o serviço da cozinha.

- Em relação às carnes e peixes, são separados por doses e congelados;
- Os legumes e verduras são lavados, cortados e armazenados nas câmaras;
- Organiza-se a palamenta necessária para a utilização;
- Separar os produtos a serem utilizados na cozinha do pessoal;
- Conforme o menu do dia prepara-se a *mise-en-place*;
- Em relação ao serviço em si, os pedidos que entram na cozinha são organizados de acordo com a ordem de chegadas;
- No que diz respeito ao serviço de *self-service*, alguns produtos são preparados no dia anterior.
- As quantidades do pequeno-almoço são calculadas de acordo com a taxa de ocupação do hotel.

Controlo do Food Coast

Para manter os custos e despesas da cozinha dentro dos padrões aceitáveis, é de vital importância que todos que trabalham na cozinha tenham a noção da importância do controlo desses custos.

Existe alguns instrumentos de gestão que são utilizados no hotel que permite esses controle:

Fichas Técnicas

Todos os pratos do hotel possuem fichas técnicas, que são elaborados pela chefe de cozinha, com o objetivo de apurar os custos de cada prato, definir de forma mais correta o preço de venda desse produto, e de certa forma standarizar a confeção e o empratamento do mesmo, evitando exageros, por exemplo no que diz respeito as doses de peixe e carne a utilizar (**em anexo 4**).

Técnicas de Reaproveitamento

- Essas técnicas são aplicadas pela chefe de cozinha, com o intuito de reduzir ao máximo os custos e desperdícios na cozinha.
- Em relação as sobras dos *buffets* do fim-de-semana, são direcionados para o refeitório de pessoal, e as sobremesas desse mesmo *buffet* que se encontram em perfeitas condições, são vendidos no *snack-bar*.
- As frutas que apresentam um aspeto menos bom são aproveitadas na elaboração de doces, bolos e outros.
- Quando se faz um tratamento de um peixe inteiro (ex. Atum), são separados e congelados as doses, e as sobras são utilizados para fazer sopas de peixe, rissóis e pastéis.
- Em relação as carnes, limpa-se uma bola de carne inteira, as sobras são moídas para fazer hambúrgueres, molho de carne, etc.
- Os legumes e hortaliças, quando recebidos, são pré cozidos e congelados para evitar que se estrague.
- O pão é torrado para passar croquetes, rissóis.
- E os que não é possível reaproveitar vão para o lixo e o chefe faz uma nota de quebra e entrega ao assistente de F&B.

Ficha de consumo do refeitório

Controlo dos custos de pessoal, deve-se contabilizar quantas pessoas fizeram uso do refeitório, e os que tinham a não autorização para tal.

Ficha de pesagem de pão

Serve para saber a quantidade de ingredientes utilizados na confeção do pão (**em anexo 5**).

Ficha de pequeno-almoço

Faz-se a contabilização dos produtos utilizados nos pequenos-almoços (**em anexo 6**).

Higiene e Segurança Na Cozinha

A higiene e segurança alimentar é um dos aspetos mais importantes a ter em conta numa cozinha, por isso há uma necessidade de manter a brigada das cozinhas bem informados e treinados nessa matéria.

Todas as pessoas que manipulam alimentos deverão pôr em prática essa técnica, de higiene, pois um mínimo erro cometido na preparação de um prato pode ser fatal e consequentemente pode repercutir numa imagem negativa para o estabelecimento.

O hotel Foya Branca faz uso dessas práticas, pois evitam a contaminação dos alimentos:

Higiene profissional

- Lavar sempre todos os legumes e frutas antes de utilizá-los;
- Nunca descascar legumes na tábua de corte;
- Limpar as facas depois de cada tarefa;
- Conservar as preparações em recipientes adequados;
- Não deixar os alimentos na água de cozedura ou no molho;

- Nunca descongelar os produtos na temperatura ambiente da cozinha, mas sim num local fresco;
- Filtrar regularmente óleo de fritar;
- Manter o local de trabalho sempre limpo e livre de tudo o que é inútil;
- Verificar minuciosamente a qualidade sanitária dos produtos (garantia e prazo de validade, temperaturas, estado de conservação das embalagens, conselhos de utilização).

Higiene pessoal e corporal na cozinha

- Lavar as mãos antes de começar a trabalhar e sempre que mudar de tarefas;
- Retirar relógio, anéis, pulseiras, e cordões, porque muitos desses acessórios possuem ranhuras, fendas ou orifícios que permitem a acumulação de bactérias, etc.;
- Usar as unhas curtas e limpas, escovando-as regularmente;
- Usar sempre uma touca ou Barrete que cubra todo o cabelo e uma farda adequada para a cozinha, o qual deve apresentar-se sempre limpo.

Higiene do material e dos locais

- Consultar e aplicar escrupulosamente as indicações que constam no plano de limpeza;
- Lavar e desinfetar regularmente as esponjas, panos, esfregonas, todos os acessórios dos equipamentos utilizados e as tábuas de corte;
- Colocar todo o lixo e detritos em sacos apropriados de utilização única dentro de recipientes tapados munidos de tampas e de utilização exclusiva da cozinha, esses recipientes serão lavados e desinfetados antes de serem reutilizados na cozinha;
- Esterilizar periodicamente todas as bancadas da cozinha.

Segurança

- Esconder os cordões do avental de maneira que estes não se prendam.
- Não utilizar panos húmidos.
- Verificar o interior dos fogões antes de acendê-los.

- Verificar a chama do fogão quando um líquido se derramar.
- Não transportar tapados os recipientes com líquidos.
- Quando se deslocar segurando uma faca, o bico desta deverá sempre estar virado para o chão.
- Antes de abandonar a cozinha, verificar que todos os focos de calor estão apagados e que as saídas de gás estão fechadas.

Um dos principais riscos de contaminação numa cozinha é a contaminação cruzada, que como o mesmo nome diz, baseia-se no cruzamento de várias bactérias de alimentos diferentes que entram em contacto umas com as outras, e se o alimento for consumido poderá causar uma intoxicação alimentar grave.

Para evitar esse cruzamento de bactérias de alimentos diferentes, no Hotel Foya Branca, existem bancadas separadas para confeção de alimentos e tábuas com cores diferentes, em que cada cor destina-se à preparação de um alimento específico.

Tabela 3: Quadro de Cores

Tábua de Cor	Observação
Amarelo	Alimentos já confeccionados
Branco	Alho, batata e cebola
Verde	Legumes
Azul	Peixe cru
Vermelho	Carne Crua

Fonte: Hotel Foya Branca

Técnicas de refrigeração

Chama-se a conservação de alimentos perecíveis por refrigeração ao processo que envolve a utilização de temperaturas próximas de 0 °C, tendo como principal finalidade eliminar ou retardar a ação dos agentes como, microrganismos, bactérias, enzimas, fermentos e fungos.

Os produtos alimentares em conservação podem ser agrupados em duas categorias:

- Os que mantêm vivos durante o período de armazenagem, tais como, frutas e vegetais;
- Os que não ficam vivos, como peixe, carne e mariscos.

A conservação dos alimentos em câmaras frigoríficas, não acrescenta qualquer qualidade ao produto, apenas preserva a qualidade que os alimentos possuem no momento da sua conservação, e aumenta o prazo de validade em podem ser consumidos com segurança.

Registos de temperatura:

-) Refrigerar, um processo de conservar o produto no frio por tempo limitado a temperaturas que variam entre 1° C e os 7° C.
-) Gelar, um processo de conservação que varia dos – 4° C e os 2° C.
-) Congelar, processo em que as temperaturas pode baixar até os – 20° C.

Amostras

É uma forma que o hotel encontrou para garantir a sua própria segurança, a quando de casos de intoxicação alimentar por parte de um cliente do hotel. Consiste em retirar previamente ao empratamento uma quantidade aproximada de 120 a 150g do alimento, e manter armazenado no frio entre 0-4° C ou em congelação até -18° C, para que em caso de alguma acusação por parte de um cliente de que contraiu a intoxicação dentro do hotel, o hotel terá uma prova de que isso provavelmente não aconteceu, esta amostra deve ser guardada durante uma semana, podendo evitar eventuais indemnizações.

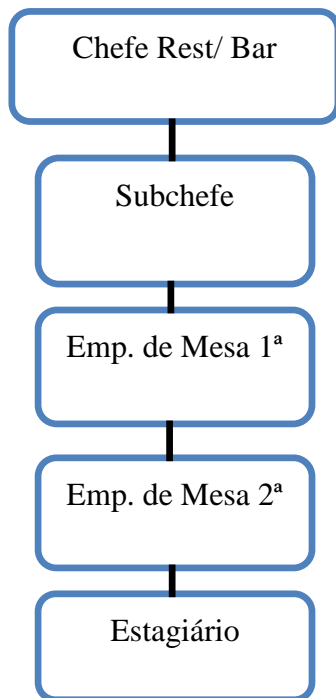
1.3.3. Restaurante

A reputação de muitos estabelecimentos hoteleiros depende muito da qualidade dos seus restaurantes, dos seus serviços e da sua comida.

O restaurante do Hotel Foya Branca pode ser classificado como de primeira categoria, e do tipo internacional.

Organograma funcional

Ilustração 4: Organograma do Restaurante



Fonte: Hotel Foya Branca

Atribuições e responsabilidades

Chefe de Restaurante e Bar

- ❖ Organizar e orientar os serviços;
- ❖ Distribuir os serviços de acordo com a categoria dos seus colaboradores;
- ❖ Fazer *briefings* antes do início das refeições explicando a sequência dos serviços e a composição dos pratos.
- ❖ Fazer inventários periódicos das palamentas dos bares e restaurante;
- ❖ Fazer inventário diário das bebidas;

- ❖ Zelar pela conservação e higiene do local;
- ❖ Fazer a receção dos clientes, acompanhando-os até as mesas;
- ❖ Tomar nota dos pedidos;
- ❖ Manter a disciplina na secção.

Subchefe

- ❖ Substituir o chefe na sua ausência;
- ❖ Orientar os trabalhos de *mise-en-place*;
- ❖ Auxiliar o chefe de restaurante nas suas tarefas.

Empregado de Mesa de 1ª

- ❖ Executa e colabora na preparação da *mise-en-place* da sala;
- ❖ Faz o serviço de bebidas e comidas;
- ❖ Emite conta de consumo do cliente;
- ❖ No final do serviço, participa na arrumação da sala;
- ❖ Substitui o subchefe na sua ausência.

Empregado de Mesa de 2ª

- ❖ Fazer o serviço das refeições e bebidas, levantar loiças sujas das mesas;
- ❖ Fazer a *mise-en-place* do restaurante;

Estagiário

- ❖ Auxilia em todos os trabalhos de preparação e serviços do restaurante.

Requisitos da brigada

- Asseio/hábitos – mãos e unhas limpas, barba feita, cabelos amarrados, perfumes e jóias discretos, evitar fumar, não mascar pastilhas elásticas, não apoiar-se nos móveis e paredes e nem intrometer-se nas conversas dos clientes.
- Cortesia/educação – agir sempre com delicadeza e boa educação, sem cair no *snobismo*, bem como ter conhecimento de línguas.
- Cooperação e espírito de equipa – realizar um trabalho com participação de outras pessoas, ajudar os colegas quando for necessário.

Localização

Esta deve facilitar ao máximo a comunicação com a cozinha, permitindo uma maior rapidez na execução dos serviços, estando também equipada com portas vaivém, que evita a passagem dos odores da cozinha para o restaurante.

Decoração

A decoração é, pois, um dos elementos que compõem a categoria do estabelecimento. Ela contribui para criar uma atmosfera agradável e peculiar, interferindo no bem-estar do cliente. Daí a importância de se harmonizar cores, mobiliário, quadros, cortinas, arranjos florais, etc.

Tudo deve estar em equilíbrio com o ambiente que se deseja criar para a clientela visada. A decoração não deve ser demasiadamente carregada ou ser excessiva.

O restaurante do Foya Branca tem uma decoração ao mesmo tempo sóbria e quente que mistura objetos de inspiração africana com um mobiliário romântico com capacidade para 140 pessoas sentadas com um bar de apoio, uma esplanada com casa de banho para homens e mulheres e ainda uma para os deficientes. No restaurante do referido hotel oferecem o serviço de *Buffet* no pequeno-almoço e o serviço à *la carte* no jantar. Esse hotel aposta numa ementa de pratos variados baseada em carnes, peixes e marisco, e oferece um serviço especial designado *Fondue*, que só é oferecido pelo hotel na ilha. Também nesse restaurante são realizados eventos diversos nesse espaço como casamentos, ceias, jantares especiais.

Mobiliário do restaurante

O mobiliário do restaurante deve estar em harmonia com o tipo e a categoria do estabelecimento, facilitar o serviço por parte da sua brigada, oferecer conforto, ser padronizado para facilitar a sua reposição e ser resistente para o uso diário. É de salientar que o hotel possui um mobiliário do tipo tradicional e se encontra em sintonia com a decoração do restaurante. Vários são os móveis necessários para operar num restaurante, entre eles: mesas, cadeiras, aparadores, mesas auxiliares (*guérridons*), carrinhos diversos, mesa para *Buffet*.

Mise-en-place do restaurante

“A *mise-en-place* compõe-se de um conjunto de trabalhos de preparação de um serviço, para o seu bom funcionamento.” (LEITE, 1983, p. 13).

No que se refere ao restaurante, é necessário efetuar vários trabalhos preliminares, antes de se abrir o estabelecimento ao público. Entre eles destacam-se:

- ❖ Ventilar a sala;
- ❖ Limpar a sala: tapetes, lustres, janelas, móveis, utensílios, etc.;
- ❖ Verificar se o sistema de iluminação e de som funciona perfeitamente;
- ❖ Verificar o estado de funcionamento e a limpeza dos sanitários;
- ❖ Ajeitar os arranjos de flores e cuidar das folhagens que fazem parte da decoração;
- ❖ Polir o material: louças, talheres, cristais e outros utensílios colocados no aparador devem passar por um processo perfeito de higienização;
- ❖ Alinhar as mesas;
- ❖ Testar a música ambiente.

Tendo em conta que todos os funcionários, devem possuir uma flexibilidade e polivalência de funções, bem como um sentido de responsabilidade em todas as tarefas realizadas, foi elaborado um plano de serviço, com o objetivo de organizar o funcionamento do restaurante/bar,

permitindo uma distribuição equitativa dos funcionários, assim como a racionalização do tempo de execução, para uma melhoria na qualidade dos serviços.

Plano de serviços do pequeno-almoço (07:00 às 10:00)

-)] Conferir o fundo de caixa na receção;
-)] Solicitar ao rececionista a listagem dos hóspedes em casa, para saber a taxa de ocupação;
-)] Verificar se a sala está devidamente preparada para o pequeno-almoço;
-)] Montar o *Buffet* de pequeno-almoço;
-)] Limpar as mesas e cadeiras que ficam expostos ao vento na esplanada, e que estão sempre cheias de pó;
-)] Dar uma última vista de olhos para ver se está tudo em ordem e aguardar pela chegada dos hóspedes.
-)] Abrir o restaurante às 07h30min, e fazer a receção dos clientes;
-)] Recolher a louça suja quando os hóspedes terminarem de tomar o pequeno-almoço; uma atitude atenciosa e prestável com os clientes para poder ajudar no que precisarem principalmente os hóspedes mais distraídos (indicar o que eles procuram).

-)] Estar sempre atenta a mesa de *Buffet* para evitar rutura desnecessária;
-)] Desmontar a mesa de pequeno-almoço, depois do período reservado para o *Buffet* o mais rápido possível;
-)] Dividir os funcionários, ficando um no restaurante fazendo o *mise-en-place* para o jantar (se limpa os pratos, copos, e talheres, repondo-os nos seus devidos lugares;), e o outro vai fazer o *snack-bar* onde é servido o almoço.

Plano de serviço do almoço (12:00 às 15:00)

-)] Obter informações acerca da previsão de hóspedes;
-)] Limpar os individuais, mesas e cadeiras;
-)] Preparar o *couvert*;
-)] Efetuar a requisição dos produtos em falta ao economato;

-) Preparar as mesas para o almoço, e ofícios;
-) Verificar se existem serviços pendentes em relação ao turno anterior;
-) Informar através dos funcionários da cozinha que produtos estão disponíveis para os clientes, no sentido de dar uma correta informação no momento do atendimento;
-) Efetuar o serviço completo de mesas;
-) Ter uma atitude prestável e atenciosa para com os clientes;
-) Fazer a passagem de turno.

Plano de serviço de snacks (15:00 às 19:00)

-) Receber e verificar a passagem de turno;
-) Fazer a limpeza e arrumação das instalações;
-) Fazer a lavagem e arrumação dos itens utilizados ao longo do serviço do almoço;
-) Efetuar o fecho da conta do dia;
-) Esvaziar os recipientes do lixo.

Plano de serviço do Jantar (19:30 às 23:30)

-) Limpar e arrumar as mesas;
-) Fazer o *mise-en-place* das mesas de jantar;
-) Esvaziar o recipiente do lixo;
-) Limpar e arrumar todos os materiais;
-) Efetuar requisições;
-) Arrumar requisições;
-) Limpar mesas e cadeiras da esplanada;
-) Preparar *couvert*
-) Obter informações acerca da previsão dos hóspedes fornecidas pela recepção;
-) Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível
-) Verificar se a sala está limpa e arrumada na perfeição e às 19:30 abre-se o restaurante.
-) Fazer recepção dos clientes;

-)] Efetuar o serviço de mesa, desde a carta até o pagamento da conta;
-)] Ter uma atitude atenciosa e prestável com os clientes para poder ajudar no que precisarem
-)] Preparar a sala para o pequeno-almoço, após o serviço de jantar;
-)] Fechar o caixa e entregar na recepção.

Menu

No hotel Foya Branca, o diretor geral, com a ajuda da assistente de F&B e a chefe de cozinha, elaboram menus mensalmente, de modo a evitar a repetição dos pratos.

Existem quinze menus e a cada dia oferecem um prato do dia diferente, em princípio era para ser seguida uma ordem de 1 à 15, mas as vezes por falta de produtos que entram na produção de um determinado prato, este é logo substituído por outro cuja confeção não tenha nenhuma inconveniência.

Composição do menu:

1. Prato do dia
2. Entradas frias/quentes diversas;
3. Prato de Peixes;
4. Prato de Carnes;
5. *Fondue*;
6. Mariscos;
7. Massas;
8. Sobremesas.

Fondue (Especialidade da casa)

Uma das principais características deste prato é facto de ser preparado pelos próprios clientes dentro de um recipiente que contém 1.5 L de água a ferver e a que se adicionaram dois caldos de carne Knorr. A carne e o peixe crus são confecionados dentro desse preparado, no final da refeição o cliente pode tomar o caldo, que resulta desta preparação com uma pequena dose de

Martini tinto, que o torna um bom digestivo. Ainda esse serviço vem acompanhado de molhos e das guarnições. No equipamento têm disponíveis dois espetos para cada cliente com cores diferentes.

Descrição do menu “*Fondue*”:

Componentes

- Porco
- Frango
- Vaca
- Peixe-serra

Escolha de 3 componentes pelo cliente.

Guarnições

- Ananás
- Pêssego
- Couve Bruxelas
- Espargos
- Batatas fritas

Molhos

- Maionese natural
- Cocktail
- Alho
- Queijo
- Mostarda
- Caril
- Tártaro

Escolha de quatro variedades dos molhos pelos clientes.

Alguns serviços oferecidos no hotel Foya Branca

Rodízio

O rodízio que é um serviço exclusivo do hotel (na ilha) consiste em apresentar ao cliente uma variedade de carnes e enchidos. É um serviço realizado à frente do cliente e é servido a todo o momento até que o cliente se sinta satisfeito. É feito aos Sábados à noite a partir das 20h, e é acompanhado de música cabo-verdiana que é muito apreciada pelos turistas como também pelos residentes.

Self-service

O serviço *Buffet* é um serviço onde são os clientes que vão servir o seu próprio alimento e escolhem o que desejam a partir do menu do serviço, realiza-se aos domingos das 13 às 15 horas, com direito a café expresso e a sobremesas durante o almoço.

Gestão e controlo de caixa

No início do expediente o responsável pela caixa deve conferir o fundo de caixa, verificar se o rolo *POS* está no fim e se está num bom estado. No hotel há um programa informático onde se acede ao sistema, e se efetuam todos os lançamentos do dia. Quando o cliente pedir a sua conta, cabe ao responsável da caixa perguntar ao cliente se vai efetuar o seu pagamento via *cash* ou se vai debitar essa conta no seu aposento isso no caso de esse ser hóspede do referido hotel, depois de obter a resposta do cliente, deve se encerrar sua conta e emitir a fatura. Nesse caso deve-se solicitar o número de quarto do cliente e pedir que este assine a fatura.

No que se refere a troca de turnos dos responsáveis pela caixa, estes devem proceder da seguinte forma, o responsável do caixa que esta a sair deve conferir suas contas (total dos recibos deve ser

igual ao dinheiro em caixa, mais o fundo de caixa), só então entregar a caixa a outra colega que o vem substituir. No caso de ainda haver clientes com contas em aberto, o responsável do caixa deve entregar as contas ao substituto e passar todas as informações acerca desta conta.

No término do trabalho, faz o fechamento do movimento do dia, e estes (cheques, moedas estrangeiras, moedas nacionais, os talões de cartão de crédito) e faturas são todos entregues na recepção mediante assinatura do funcionário para a confirmação de todas as contas e faturas.

1.3.4. Bar

Atribuições e responsabilidades do barman

- ❖ Preparar e servir bebidas simples e compostas, alcoólicas e não alcoólicas;
- ❖ Cuidar da higiene, e zelar pelo bom estado dos equipamentos de bar;
- ❖ Fazer inventários diários das bebidas;
- ❖ Ter noções básicas de *Beverage Cost*.

No Hotel Foya Branca existe três bares. Um dos bares é utilizado para servir o almoço (*Snack-bar*), alguns alimentos rápidos e bebidas. O segundo fica dentro do restaurante e o terceiro na piscina no fundo do hotel.

Carta de bar:

Bebidas alcoólicas

-) Fermentadas: Cervejas e Vinhos;
-) Fermentadas destiladas: Aguardentes de cana; Run; Whiskys; Conhaque; Tequila; Vodka; Gin.
-) Por misturas/infusão: Vermute; Bailyes; Martini; Licores; Pontche; outros.

Bebidas não alcoólicas

-) Com gás: águas; refrigerantes.
-) Sem gás: Águas; Sumos;
-) Quentes: chá; cafés.

Quanto a vinhos

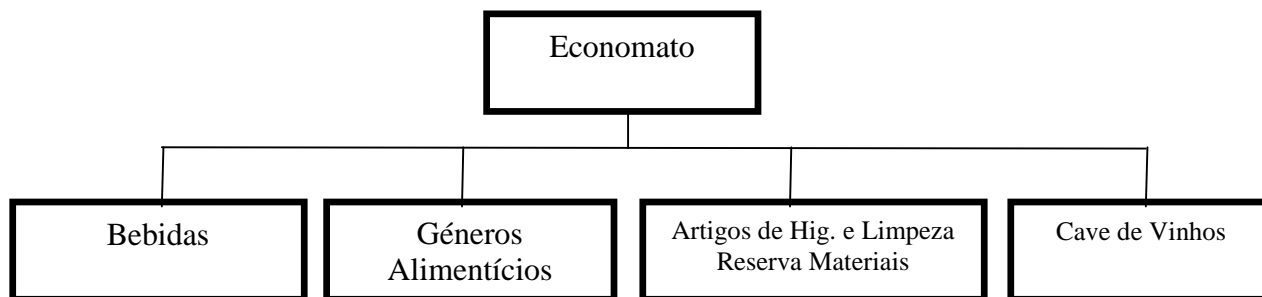
-) Tintos;
-) Brancos;
-) Verdes;
-) Rosés;
-) Espumantes;
-) Champanhe.

Controlo de bar

É feito diariamente, através da contagem física de todas as bebidas existentes no bar e restaurante e preenche-se uma ficha (**em anexo 7**) para verificar se está tudo em conformidade. Todos os dias a ecónoma imprime um relatório de vendas do dia anterior do bar e do restaurante, este relatório permitirá saber as quantidades vendidas. A soma das quantidades vendidas no dia anterior de cada bebida (unidade) e a existência do dia atual deve ser igual a existência inicial (stock fixo).

1.3.5. Economato

Ilustração 5: Organograma do Economato



Fonte: Hotel Foya Branca

- ❖ Área das bebidas: é composto por, sumos e refrigerantes, águas, cervejas.
- ❖ Área dos géneros Alimentícios: são expostos os produtos alimentícios enlatados, em sacos, pacotes, frascos, e também dispõe de câmaras frigoríficas onde se armazenam as carnes, peixes, mariscos, produtos congelados, e por questão de segurança todas as bebidas espirituosas.
- ❖ Área dos artigos de higiene e limpeza e reservas de materiais: esta divide-se em dois, onde numa parte é armazenada os produtos de higiene e limpeza e noutras estão armazenadas as palamentas do hotel.
- ❖ Cave de vinhos: local onde estão armazenados todos os tipos de vinhos e espumantes do hotel, com uma temperatura que ronda os 17 a 18° C.

A localização do Economato deverá ser o mais próximo possível do local de receção de mercadoria, e sempre que possível mais perto da cozinha principal, também deverá ser bem arejado e afastado das instalações de água quente.

O economato do Hotel Foya Branca preenche esses requisitos referidos acima, ainda dispõe de quatro divisões para a disposição de *stocks* de alimentos, bebidas, vinhos e materiais de limpeza.

Organização do serviço do economato

O economato do Foya Branca trabalha com *stocks* permanentes, não possuindo um stock fixo, trabalha com base na taxa de ocupação, grau de utilização dos serviços oferecidos, isto para ter uma noção do consumo de mercadorias, outros factos levado em conta o *Turnover* de alguns produtos, ou seja, há produtos que têm maior rotatividade e escoamento que outros, isto em termos financeiros é bom, porque não permite que se tenha muito dinheiro parado nas prateleiras do economato.

Ciclo das Mercadorias

1º - Compras, aqui deve-se ter em atenção em adquirir os produtos nas melhores condições, de qualidade e a bom preço.

2º - Receção, deve-se agir de acordo com as regras de receção de mercadorias, ou seja, se for o caso pesar o produto, verificar a data de validade, conferir as quantidades, estar atento ao estado de conservação.

3º - Armazenagem, fazer a arrumação dos produtos nos locais apropriados, dispostos por tipo de artigo e família.

4º - Distribuição, só deverão ser entregues produtos mediante o recebimento de uma requisição interna das diferentes secções, devidamente assinada pelo diretor geral.

Fichas de stock

A ficha de *stock* é um documento importante do economato, pois é elaborado individualmente por cada produto. Destinam-se a registar todas as movimentações de quantidades e de preços, dando a qualquer momento informação das existências bem como os respetivos preços médios. Permite ainda analisar as oscilações dos preços a que foram sendo adquiridas, bem como permite observar o número de rotação num dado período, organização do *stock* é feito através do princípio do FIFO, ou seja o primeiro a entrar será o primeiro a sair. **(em anexo 8)**.

Inventários

Mensalmente será efetuado um inventário físico de todas as mercadorias armazenadas no economato, com o objetivo de apurar os desvios verificados. Este é feito com o apoio de um relatório fornecido pelo sistema, onde consta todos os produtos e as quantidades existentes, e este relatório deverá ser comparado com a contagem física feita pela ecónoma, o inventário é apresentado a contabilidade para averiguações.

Codificação dos produtos

Essa codificação é feita através do programa informático, os produtos que entram no economato são devidamente identificados e registados.

Requisição interna

É um documento interno, que permite a saída das mercadorias do armazém para as diversas secções do hotel. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respetivo documento.

A requisição deverá ser emitida em duplicado, ficando o original no economato e o duplicado na posse do chefe da secção requisitante, para conferência das mercadorias, normalmente é um bloco de requisição, onde se deve mencionar a data, secção requisitante, numeração sequencial do documento, assinaturas dos intervenientes no processo, código do produto, designação do produto, quantidades requisitadas e as quantidades fornecidas.

Este documento deverá ser entregue com um dia de antecedência, para que a ecónoma possa preparar a requisição de acordo com as informações do documento.

1.3.6. Compras

A gestão das compras define-se como um conjunto de operações que permite adquirir para a empresa, em tempo útil na quantidade e qualidade desejada e ao menor custo possível, todos os produtos necessários ao seu funcionamento.

No Hotel Foya Branca, o responsável do economato acumula também, a função de chefe de compras. As compras são feitas uma vez por semana, podendo haver exceções, quando falamos de produtos frescos como hortaliças, frutas, peixes, que podem ser adquiridos duas ou mais vezes por semana, com o objetivo de oferecer ao cliente sempre frescos, sendo que estes produtos entram diretamente para as câmaras frias da cozinha.

O processo de compras começa a partir de uma necessidade de algum (ns) produto (s) detetado pelo chefe de economato, a partir daí, este elabora uma solicitação de compra, que é um documento, onde se descreve o nome e a quantidade de produtos a comprar, esta solicitação chega ao chefe das compras, e a partir deste documento, o responsável pelas compras preenche

uma ordem de compra, que é um documento onde se descreve todas as necessidades de todas as secções, e este deverá ser assinado pelo diretor geral.

De seguida, o responsável de compras dirige-se a contabilidade, onde disponibilizam o valor necessário, geralmente em cheque, com a assinatura de dois administradores. Após seguir estes pré-requisitos, o responsável de compras dirige-se à cidade do Mindelo, onde deverá adquirir os produtos descritos na ordem de compra.

Através desse documento, o chefe de compras já tem em mente os circuitos a percorrer na cidade e a quais fornecedores deve ir, devendo deixar os produtos congelados, frutas e hortaliças para o fim, para evitar a sua deterioração. Deverá estar atento ao estado dos produtos, data de validade visto que muitos fornecedores não aceitam devoluções.

A receção do produto no hotel deve ser feita sempre na presença de um elemento da contabilidade, que faz o controlo dessa compra, comparando se o que entra está de acordo com o que foi pedido e com as faturas dos fornecedores.

Carteira de preços

É elaborado através de uma pesquisa de preços junto aos fornecedores, é criado um ficheiro no computador, organizando os preços por fornecedor, e sempre que há uma alteração de preços, deve ser atualizado.

Fornecedores

Há um programa de “*PDV config.*”, onde se cadastra todos os fornecedores, e os respetivos contactos, este é feito na maioria das vezes pessoalmente, por telefone ou ainda por *e-mail*.

No caso de alguma rotura prevista no *stock* destes fornecedores, estes avisam ao hotel para saber se querem reservar o produto, isto devido a boa relação que o hotel tem com os seus fornecedores.

Tabela 4: Lista de Fornecedores

Nome dos fornecedores	Gênero de produtos que fornecem
Copa, Sa Bento António Lima, Lda Semedo & Semedo Serradas	Produtos alimentícios, bebidas, de limpeza e tabacos.
Cavibel	Refrigerantes e cervejas
Open market	Frutas e congelados
Talho fauna	Carnes e enchidos
Talho pimentas e verduras	Carnes e enchidos
Talho esperança	Carnes e enchidos
Sra. Margarida	Peixes e marisco
Sra. Tanha	Legumes e hortaliças
Dina furtado	Produtos alimentícios
Dantas e Dantas	Produtos congelados
Eloy Neves	Produtos alimentícios
Itom	Produtos alimentícios, bebidas e de limpeza
Toy Duarte	Produtos alimentícios
Casa de queijo (S.Pedro)	Queijo de terra

Fonte: Hotel Foya Branca

PARTE II – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

2.1 Metodologia

Segundo GONÇALVES E MEIRELLES (2004, p.25)

“A metodologia consiste no estudo de métodos empregados, apresentação de suas vantagens e desvantagens, propor métodos alternativos, dentre outras considerações. Ou ainda, método científico consiste no conjunto de procedimentos, protocolos, padrões, regras, normas, caminhos, operações mentais e técnicas que permitem o acesso ao conhecimento científico e seu posterior compartilhamento/comunicação”.

Durante a realização do estágio o método utilizado foi basicamente a observação, incluindo a realização de tarefas-chave para comprovar os resultados da pesquisa documental sobre a área do F&B. Houve uma interativa supervisão do responsável do departamento, seguindo sempre o plano de estágio disponibilizado pela Universidade do Mindelo.

A observação consiste em examinar com atenção e minúcia as realizações práticas das tarefas, evidenciando as várias fases de cada operação acompanhado de explicações que permite de forma eficaz e eficiente maior aprendizagem. Outro método utilizado foi a execução das tarefas inerentes as áreas de estágio que consiste no desenvolvimento prático das tarefas, com intuito de aperfeiçoar as operações exigidas e permitindo ao estagiário maior autonomia na realização prática das tarefas.

2.2 Caracterização Científica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

Optou-se por esses temas, devido a necessidade de saber-se de que forma tudo começou, desde os princípios gerais do Turismo, a Hotelaria e a sua evolução, passando pelo Surgimento e Caracterização do Departamento de F&B, sendo este considerado o mais complexo, por isso a necessidade de saber geri-lo e controla-lo através do F&B Controlo. Sendo este um departamento que se subdivide pelas secções de Restaurante/Bar, Cozinha e Economato, houve a necessidade de se analisar as diversas formas de captar e fidelizar os clientes através das Políticas Comerciais/Marketing assim como o Planeamento e Gestão de Eventos.

2.2.1 Evolução do Turismo

Embora o turismo tenha sido considerado atividade económica na segunda metade do séc. XIX, existiram viagens realizadas no passado que poderiam ser consideradas como uma forma de atividade turística.

O anseio pelas viagens, o desejo de conhecer outros povos e estabelecer relações com outras civilizações foi sempre uma constante na história do Homem. Por diversas razões, religiosas, comerciais, políticas, de expansão territorial ou por simples curiosidade, a história do homem está profundamente ligada às deslocações e às viagens.

De acordo com as características da evolução registada ao longo dos tempos podemos identificar três épocas históricas do turismo: a idade clássica, a idade moderna e a idade contemporânea que, não coincidem com as idades históricas do mesmo nome.

Turismo na Idade Clássica

Período que vai desde os primórdios das primeiras civilizações até a primeira metade do século XVIII. Não é possível localizar no tempo atribuir-se aos sumérios o mérito de terem criado as condições para o seu desenvolvimento. A eles se deve a invenção da moeda e seu

desenvolvimento do comércio, no séc. VII a.C., que deram origem a uma motivação de pessoas até então desconhecida.

Foram os romanos que criaram a maior rede de estradas até então construídas, das quais algumas são hoje utilizadas. Há mais de 5000 anos eram organizadas viagens pelo rio Nilo, no Egipto, para visitar os vários templos que ao longo dele se estendiam.

Os romanos e os gregos viajavam para visitar os templos e as 7 maravilhas do mundo da área do Mediterrâneo, em particular as pirâmides e os monumentos do Egipto que ainda hoje constituem uma das grandes atrações turísticas do mundo. A Grécia e a Ásia Menor atraíam grandes multidões por altura dos Jogos Olímpicos, Píticos, Ístmicos e Nemeus e ofereciam grande número de atrações como as produções teatrais, os banhos termais, competições atléticas e festivais.

É, no entanto, com o desenvolvimento das instalações termais, iniciadas 25 a.C., em Roma, que nascem os verdadeiros centros de turismo que se prolongam até aos nossos dias. A grandeza das instalações termais com piscinas, banheiras de água quente, salas de massagens, acompanhados de representações teatrais, corridas de carros e outras distrações, a que hoje damos o nome de animação, permitiram que o termalismo desempenhasse um papel importante no plano das viagens e da animação que ainda hoje se mantém.

No séc. XIV, existiam já guias de viagens que forneciam aos peregrinos indicações detalhadas sobre as regiões que tinham de atravessar e os tipos de alojamentos que iriam utilizar. As primeiras descobertas marítimas dos portugueses permitiram a universalização das viagens o que transformou o mundo.

A idade clássica do turismo caracteriza-se pelo facto das viagens serem individuais e se realizarem por necessidades fundamentais como o comércio, as peregrinações religiosas, a saúde ou por razões políticas e de estudo.

Idade Moderna

A partir de meados do século XVII produzem-se grandes mudanças, quer a nível tecnológico, económico, social e cultural, que introduzem alterações significativas nas viagens. É nesta altura que se tornam populares, entre as camadas sociais de maiores recursos, as viagens de recreio como forma de aumentar os conhecimentos e procurar novas experiências.

Por volta de 1830, surgem na Suíça os primeiros hotéis que começam a tomar lugar dos albergues e das hospedarias. Em 1822, Robert Smart, tornou-se o primeiro agente de viagens encarregando-se das reservas de lugares para os passageiros de barco entre a Inglaterra e a Irlanda. Contudo foi com Thomas Cook que nasceu o turismo organizado, visto ter conseguido um comboio para uma viagem destinada aos participantes de um congresso médico. E, mais tarde, em 1872, organizou a primeira viagem à volta ao mundo.

A primeira década do século XX caracterizou-se por inovações e transformações que alteraram profundamente os modos de vida. A racionalização do trabalho e as reivindicações sindicais conduziram a uma maior democratização das sociedades e a novos conceitos de vida.

O tempo de trabalho diminuiu e alcançou-se, deste modo, o direito ao repouso semanal vindo o conceito de lazer a surgir como uma nova noção. Foi estabelecido o direito a férias pagas pela Organização Internacional do Trabalho e depois reconhecido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem. O turismo transforma-se, assim, num fenómeno da sociedade.

Estavam criadas as condições para a universalização do turismo e para o seu desenvolvimento como atividade económica consistente, no entanto, a eclosão da II Guerra Mundial fez atrasar a sua evolução. Durante este período, o turismo iniciou a sua expansão mundial, caracterizando-se pela procura de diversão e descanso e pelas viagens culturais. Surge, também, as primeiras organizações nacionais e internacionais de Turismo das quais pode-se destacar a OMT.

Idade Contemporânea

O desenvolvimento dos transportes, o reconhecimento do direito às férias pagas, a criação de organizações nacionais e internacionais destinadas a promover o turismo e as novas ideias levaram a que, a partir do início do séc. XX, o turismo passasse a ser considerado como uma atividade económica relevante. As profundas e rápidas alterações ocorridas nesta época a todos os níveis, levaram a que de geração para geração se fossem modificando o comportamento, as atitudes e os valores dos homens.

Pelo aumento da percentagem da população em idade de reforma e pela entrada tardia dos jovens no trabalho nos países mais desenvolvidos aumentou mais o tempo livre. No domínio das motivações o turismo de massas, especialmente o turismo de “sol e praia” foi gradualmente evoluindo, dando origem a uma atual e crescente procura de atividades culturais susceptíveis de contribuir para o enriquecimento individual e para alargamento dos conhecimentos. (CUNHA, 2006).

Turismo

De acordo com a definição da OMT, “o turismo é descrito como as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu retorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, por negócios e outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.” DIAS (2008, p.18).

Enquanto, MARQUES (2006, p.25) afirma que é ao suíço Dr. W. Hunzinker que se deve a definição de turismo adotada pelo comité de peritos estatísticos da sociedade das Nações (1937) e pelo comité de turismo da OECE (Organização Europeia de Cooperação Económica), OCDE (Dezembro de 1959), que diz:

“Turismo é toda a deslocação humana e temporária, por causas alheias ao lucro; também, o conjunto de bens, serviços e organizações que, em cada nação, torna possível essa deslocação e consequentes relações entre viajantes e naturais do país hospedeiro.”

Turista

“O indivíduo que se desloca para um país distinto daquele em que tem seu domicílio habitual, por tempo não inferior a 24 horas. Os que fazem turismo dentro do seu país de origem praticam o chamado ‘turismo interno’”. MARQUES (2006, p.25).

Tipos de Turismo

Turismo de negócios ou de trabalho (feiras, convenções, seminários)

É o turismo praticado pelos industriais ou seus representantes técnicos e homens de negócios, os quais deslocam dentro do país ou ao estrangeiro até outras regiões do globo ou até a outros continentes, com o fim de tratar de negócios, participar em congressos e reuniões ou cumprir, como é o caso do profissional mais técnico, obrigações no campo da sua especialidade.

Turismo de lazer (ou turismo de férias)

Este é o turismo em que o indivíduo procura reconstituir as reservas de energia, ao fim de certo período de trabalho, fugir ao quotidiano, descobrir novos horizontes e, numa praia, no campo ou em termas, por razões de saúde, repouso e tratamento.

Turismo misto (trabalho-lazer)

Aquele que engloba os dois tipos de turismo anteriores. Vem sendo praticado com êxito, em muitos países, sob várias modalidades: viagem de estudo, férias-congressos, exposições, salões de vendas, etc.

Turismo religioso (peregrinações)

É um turismo que movimenta indivíduos em cumprimento de votos feitos ou por imposição da religião professada, o que leva o devoto a visitar os lugares considerados santos. Este processa-se desde a antiguidade, a partir do momento em que as religiões se organizaram e definiram os

lugares sagrados. Os Muçulmanos deslocam-se a Meca; os Cristãos a vários santuários, tanto na Europa como no Norte de África, em Jerusalém ou noutros locais, como Fátima, em Portugal, Lourdes, em França, que são locais de turismo religioso, tal como Roma, Assis, Pádua ou Istambul.

Turismo cultural

Durante a renascença a qual teve início em Itália no século XIV e continuou na restante Europa ao longo do século XVII, as deslocações por razões artísticas sofreram grande difusão. Pessoas das mais variadas posições, desde aristocratas a estudantes, procuravam estar em contacto com os centros de discussão e difusão de ideias, os quais eram, na época, Paris, Roma, Florença, Veneza, Munique e Viena, além de outros menores, em cidades da Europa Central. (MARQUES 2006).

2.2.2 Evolução da Hotelaria

Ao considerar a definição de turista como sendo a pessoa que passa pelo menos uma noite no destino desejado, para que o turismo possa acontecer há de se preocupar com aspetos importantes tanto para o turista como para o local que está recebendo-o, como: alojamento, alimentação e transporte.

“A hotelaria é uma das mais antigas atividades humanas, tendo sido a sua evolução significativa através dos tempos. Segundo consta, as hospedarias apareceram por volta do século IV a.C. Tinham como objetivo prestar serviços correspondentes às mais elementares necessidades humanas - alimentação e abrigo.” (JANEIRO, 1997, p.15)

Devido à evolução, os homens foram levados a viajar para fazer negócios, daí advindo, consequentemente, a necessidade de repouso e alimentação. Assim, nasceu a hotelaria nas suas formas originais.

A troca de produtos era necessária; como não havia estradas nem os meios de transporte adequados, era indispensável albergar os comerciantes que se deslocavam a distâncias que os

impossibilitavam de regressar de seguida, proceder às mudas, tratamento e repouso dos equídeos, assim como proporcionar o descanso dos ocupantes e dos donos das diligências.

Com a Revolução Industrial no século XIX, a burguesia passou a comprar os castelos da nobreza falida e passaram a alugar á famílias de nobres e da alta burguesia.

Em 1870, César Ritz, construiu um estabelecimento hoteleiro em Paris, o mais moderno na altura, o famoso Hotel Ritz, que dentre tantos serviços ofertados, fazia também parte o serviço de alimentos e bebidas, serviço esse que ficou sob a responsabilidade do cozinheiro George Auguste Escoffier.

Na América também houve uma grande evolução dos hotéis. Em 1525 foi fundado o primeiro hotel no continente americano. Em 1794, foi construído o New York'sCityHotel. Em 1828, surge o TremontHouse, considerado o primeiro hotel de 1ª classe.

Nos dias de hoje, pode-se dizer que o fomento no setor dos transportes é condição indispensável do incremento turístico. Em Cabo Verde, o crescimento da oferta na área dos transportes tem acompanhado o aumento assinalável dos fluxos turísticos.

Até 2005 Cabo Verde contava apenas com um aeroporto internacional, situado na ilha do Sal. Hoje, são já quatro, distribuídos pelas ilhas de Santiago, Boavista, São Vicente e Sal.

Também o transporte inter-ilhas (aéreo e marítimo), ainda insatisfatório, constitui uma das grandes apostas, pois permitirá incrementar o fluxo interno de turistas no arquipélago.

Hotel

Segundo MARQUES (2006, p.32) “A palavra hotel é de origem francesa e deriva do vocábulo *hôte* (hóspede), naquele idioma. Hotel designa, portanto, o local que recebe hóspedes, ou *hôtes*. [...] O termo hotel foi, porém, adotado internacionalmente e hoje define, com bastante propriedade, o tipo de estabelecimento que se dedica ao negócio da hospedagem”.

Enquanto JANEIRO (1997, p.17) define hotel como sendo: “ (...) um estabelecimento que deverá fornecer um bom serviço de alojamento, de refeição, bar, tratamento de roupas, informação turística de caráter geral, instalações confortáveis, zonas coletivas que proporcionem oportunidades de convívio ”.

Os diversos serviços do Hotel, MARQUES (2006, p. 32):

O hotel é um lugar onde todas as necessidades de um cliente são preenchidas, tais como:

- Alimentação;
- Sono e descanso;
- Distração e entretenimento;
- Contacto rápido com o exterior, quando necessário.

O hotel presta-lhe alguns serviços:

- Quartos;
- Cozinha e restaurante;
- Bar, salões, piscina etc.;
- Telefones e portaria.

Hotéis quanto à sua classificação, MARQUES (2006, p. 36):

- Hotel de Luxo, ou *Palace*;
- Hotel de 1^a. Classe;
- Hotel Médio;
- Hotéis Familiares.

Tipos de Hotéis, MARQUES (2006, p. 39):

- Hotéis de Cidade;

- Hotéis de Gare ou de Aeroporto;
- Hotéis de Veraneio, ou *Saison*;
- Hotéis de Termas ou de Cura;
- Hotéis de Auto – Estrada ou Motéis;
- Hotéis das Estações Balneárias;
- Residenciais;
- Pousadas;
- Estalagens;
- Pensões.

2.2.3 Surgimento e Caracterização do Departamento de F&B

De acordo com FERREIRA (1993, p.17) o departamento de F&B, ou departamento de alimentação & bebidas, é o departamento responsável pela produção no hotel. A atividade hoteleira pode ser inserida, ao mesmo tempo, em dois setores da atividade económica. Por um lado, no setor 3º, onde incluímos os serviços de alojamento, e o setor 2º, correspondente ao departamento de alimentação e bebidas.

Dada a natureza da sua atividade, este departamento tem características muito especiais, e é considerado na hotelaria o departamento que mais trabalho dá, no que se refere à sua gestão.

O departamento, como setor de produção, gere um dos recursos mais importantes da empresa, os recursos materiais ou físicos que realizam o processo produtivo.

Neste contexto, o departamento divide-se num conjunto de secções, que especializadas em diferentes funções, constituem a produção do departamento de F&B. Cada secção realiza um trabalho específico, mas relacionado e interdependente das outras secções. Estas secções são as responsáveis pela produção e comercialização dos alimentos e bebidas servidas pelo estabelecimento. Assim, e dentro do departamento, há na realidade secções que produzem, e secções que servem os produtos. Estas secções são dirigidas por um diretor, diretor de F&B, que tem como principal função coordenar as atividades do departamento.

A função `Alimentação & Bebidas` do hotel é normalmente pouco rentável, se comparada com a função `Alojamento`, pois as receitas são muito mais elevadas com os quartos, e os custos de alimentos e bebidas, muito mais complicados de gerir. Assim, e apesar de haver muitas opiniões contrárias, penso ser o departamento de F&B dos de mais complexa gestão.

2.2.4 Food & Beverage Control

“A empresa hoteleira além de, ser uma sociedade organizada por relações hierárquicas, uma comunidade, de trabalhos e objetivos, é também uma unidade económica, que procura atingir os objetivos definidores da Estratégia da Empresa.” (TRAVASSOS, 1982, p. 4)

Para as empresas que pretendem ter um sistema de controlo da atividade Comidas e Bebidas, será preciso ter em atenção alguns aspetos importantes tais como:

Compras

As compras, ou seja, o aprovisionamento das mercadorias necessárias quer à alimentação, quer às bebidas, do ramo de atividade hoteleira, são de vital importância, e como tal merecem uma atenção especial. De facto para uma boa organização dos serviços que se relacionam com a compra de mercadorias e a sua movimentação, é indispensável ter em consideração os seguintes fatores:

- Centralizar as necessidades e encomendas sob a responsabilidade de um serviço único (secção de compras);
- Verificar a receção e colocação em *stock* das mercadorias;
- Controlar os movimentos de entradas e saídas.

Para que tal funcione bem, é exigido o estabelecimento diversos documentos, registos e intervenções de vários serviços. Por outro lado o circuito das compras obedece a diversos princípios:

Política de Compras - Normalmente nas empresas de grande dimensão há uma secção ou empregado que se ocupa exclusivamente das compras, enquanto, nas pequenas e médias empresas esta tarefa pode ser feita pelo próprio despenseiro, que é ao mesmo tempo o responsável pelo economato.

Em todo o caso, é indispensável que o responsável das compras possua qualidades tais como, honestidade, sobriedade, descrição e ser conhecedor dos mercados (preços, qualidade, etc.).

Gestão de Stock - A gestão de *stocks* das mercadorias destinadas à alimentação e bebidas, numa empresa hoteleira deve ser bem organizada, sendo que cada mercadoria deve ser armazenada, por família, fazendo a separação das bebidas, congelados, e géneros alimentícios.

Fichas de Stock - As fichas de *stock* fazem parte integrante do sistema de controlo em relação ao movimento das mercadorias. Por essa razão, quer na dispensa, quer a cave, devem haver fichas de *stock* por cada artigo, onde se registam só em quantidades, as entradas, as saídas, e apresentar o respetivo saldo, o que deve corresponder às existências físicas.

Controlo de Entradas de Mercadorias - Todo e qualquer tipo de controlo de entrada de mercadorias deve ser feito pelo serviço de controlo de F&B, que pode ser uma secção associada ao Gestor Financeiro e a Contabilidade da empresa, e esta deve estar instalada à entrada por onde passam as mercadorias, a fim de evitar que estas entrem sem serem devidamente inspecionadas, o pessoal desta secção deve verificar o peso da mercadoria, quantidades, e a sua qualidade.

Devolução de Mercadoria - Na altura do controlo de qualidade, as mercadorias, particularmente as de tipo frescas (peixes, carnes e vegetais) e outros artigos que pela sua natureza oferecem dúvidas quanto à qualidade, se verifique algumas que não estão em condições de ser consumidas, devem ser devolvidas.

Para os artigos de prateleira em que mais tarde se verifique que algumas estão impróprias para o consumo serão igualmente devolvidas ao fornecedor. Em qualquer desses casos será dado

conhecimento aos serviços de controlo para que depois de dar conhecimento do facto ao fornecedor efetuar uma Nota de Devolução.

Controlo das Faturas dos Fornecedores - As faturas dos fornecedores são entregues na contabilidade, acompanhado das guias de remessa do fornecedor, depois de controladas e visadas pelo Controlo e da cópia da requisição da Secção de Compras.

Inventários Físicos - Um elemento também importante para o controlo das mercadorias, é o Inventário Físico, estes devem-se fazer periodicamente (de preferência mensalmente). Eles são precisos não somente para comparar com as existências apresentadas nas fichas de *stocks* dos respetivos armazéns, como também para se poder avaliar as existências reais em valor, indispensável para a contabilidade nos períodos de apuramento dos resultados sectoriais.

Comprovante - Uma das partes importantes do controlo das saídas de mercadoria é sem dúvida o mecanismo relacionado com as vendas. Para tal é indispensável como documento de base um talão ou *ticket* a que normalmente se dá o nome de “Comprovante”. Este corretamente preenchido faz prova de ordem e de direito de um consumo. Habitualmente nesses talões deve se, indicar o número de quarto do cliente, número da mesa, a designação do serviço a prestar pedidas pelo cliente e assinatura de empregado e do cliente.

2.2.5 Restaurante e Bar

Segundo o autor GONSALVES (2006, p.7):

“Os estabelecimentos de Restauração e Bebidas apresentam uma especificidade complexa, distinguindo-se, por isso, das restantes tipologias do sector do comércio e serviços. Neste tipo de estabelecimentos, os clientes conciliam a satisfação das suas necessidades alimentares com o prazer de permanecer algum tempo em redor de uma mesa, degustando uma refeição ou uma bebida na sua esfera familiar, de amigos ou mesmo profissional.”

Restaurante

O autor FONSECA (1999, p.7) refere que:

“ [...] Todo o Restaurante possui um conceito, do mas simples ao mais sofisticado, pressupõem-se um público-alvo, um ambiente, um tipo de comida, um tipo de serviço, diversos aspetos, enfim, que compõe esse produto restaurante. Um restaurante que se propõe atingir um determinado público deve criar produtos que venham a suprir os anseios de determinado grupo. [...]”

Restaurante é um estabelecimento comercial onde se preparam e servem refeições, ou ainda o lugar onde se servem refeições avulsas a um certo número de pessoas.

Tipos de Restaurantes segundo FONSECA (1999, p.12):

Restaurante Tradicional

Este apresenta como principais características um cardápio extenso, com preparações tradicionais e de aceitação geral. São restaurantes que servem um público extremamente eclético, podendo atender desde as expectativas de uma criança até as de um senhor com idade já bem avançada. Sua decoração é normalmente simples e tradicional e suas louças e enxoval são, de maneira geral, sem muito luxo ou sofisticação.

Restaurante Internacional

São restaurantes em sua maioria localizados em hotéis ou em locais de hospedagem e que possuem cardápios com preparações reconhecidas e consagradas internacionalmente, desde as mais simples até as mais sofisticadas. Existem para atender a demanda de hóspedes de diversas procedências e de diversas culturas, por apresentar um cardápio de âmbito internacional. O cliente sabe que encontrará pratos de seu conhecimento, sem muitas experiências gastronómicas.

Esse facto é muito importante, pois existe um grande número de viajantes que após algum tempo de estada em determinada região não quer mais experimentar as quietudes e iguarias locais ou, às vezes, fica um pouco receoso das consequências - afinal a mudança brusca de hábitos

alimentares pode trazer alguns problemas. Encontram nesse tipo de restaurante um porto seguro para suas refeições.

O ambiente é decorado de forma clássica e sóbria, com enxovais e baixelas de primeira linha, com música e eventualmente com um piano-bar ou um piano simplesmente.

Os cardápios não costumam apresentar grande inventividade em suas preparações, porém eventualmente existem alguns pratos com uma ou outra inovação.

A carta de vinhos desses restaurantes costuma ser bem representativa, com vinhos de diversas regiões, produtores e safras.

Restaurante Gastronómico

Caracteriza-se pela associação a um chefe de cozinha de renome e pelo cardápio com grande inventividade. Esse tipo de restaurante apresenta ambientes decorados de maneira muito elegante e com uma brigada de sala e cozinha muito bem treinada. Possui também a figura do *sommelier* - profissional responsável pela elaboração da carta de vinhos, *stocks* e vendas desses produtos.

Na Europa costumam estar fora dos centros urbanos e aproveitar alguns elementos regionais de arquitetura e decoração para compor seu ambiente, como por exemplo um moinho ou castelo.

São restaurantes de dimensões reduzidas, costumeiramente com 60 a 80 lugares, não ultrapassando os 100 ou 120.

Restaurante de especialidades

Podem apresentar diversas formas. São estabelecimentos que se especializam em determinado produto, preparação, método de cocção, país, região ou outro fator.

São casas que apresentam cardápios restritos dentro dessa especialidade, aumentando assim a

qualidade do que se propõem a executar.

Podemos ter restaurantes especializados em grelhados, em comida baiana ou brasileira. Assim, podem existir centenas de especializações. As mais comuns são, *Fast Food*, Típicos, e *Grill*.

Restaurante de Coletividades

Trata-se de restaurantes situados em prédios ou complexos industriais ou comerciais, com o intuito de oferecer alimentação para os empregados da respectiva empresa.

Esse tipo de restaurante possui uma responsabilidade muito grande, perante os comensais e a empresa, pois sua clientela é cativa, e muitas vezes responderá pela quase totalidade das alimentações do trabalhador.

Normalmente atendem um grande número de pessoas, tendo em vista que as empresas que possuem um número menor de empregados oferecem vales de alimentação, com custos mais acessíveis para uma escala menor.

O cardápio deve ser muito bem balanceado a fim de atender às necessidades nutricionais dos diferentes níveis da empresa e suas respectivas necessidades calóricas.

O serviço é necessariamente simples, em grande parte, auto-serviço. Na maioria das vezes, a refeição é subvencionada pela empresa, que cumpre sua obrigação de empregadora e, além disso, recebe alguns benefícios fiscais, como desconto proporcional no imposto de renda.

Serviço

O autor GONSALVES (2006, p.46) argumenta:

“Os profissionais de sala têm uma proximidade no acolhimento, aconselhamento e serviço aos clientes. Como tal, a sua formação em relações humanas, técnicas de venda e fluência de línguas estrangeiras são alguns dos requisitos para estes profissionais

desenvolverem um serviço de qualidade elevada. No entanto, é sabido que, por vezes, existe alguma resistência na relação entre os profissionais da cozinha/pastelaria e os da sala (serviço de mesa e vinhos). Apesar disto, importa que ambos os grupos funcionem em equipa, dado que o objetivo principal é comum. Assim sendo, os *briefings* e a comunicação ao longo do serviço são imprescindíveis para evitar erros ou falhas.”

Tipos de Serviço

De acordo com o autor Marques (2008,) os tipos de serviço definem-se pela forma como o mesmo se processa e segundo os costumes ou conveniências dos estabelecimentos. Neste sentido o mesmo autor diz:

“Os estabelecimentos devem executar os serviços de mesa de acordo com o respetivo tipo, qualificação e classificação. Por mais modesto que seja um estabelecimento de restauração e bebidas, deve cumprir sempre um conjunto de regras fundamentais que revelam profissionalismo e contribuem decisivamente para justificar o preço cobrado. Importa por isso conhecer essas regras e praticar um serviço de mesa adequado a cada tipo de estabelecimento.”

Serviço à Inglesa

Direto - o empregado, recolhe o serviço na cozinha, verifica se está de acordo com o pedido, transporta-o para a sala, apresenta-o ao cliente pelo lado esquerdo e começa a servir, após aprovação, utilizando o talher de serviço (colher e garfo), que manipula em jeito de pinça. Tem o cuidado de colocar o alimento principal, ligeiramente sobre o lado direito do cliente. As guarnições e acompanhamentos, sobre o lado oposto, de forma a contrastar as suas cores e criar um aspeto vistoso. Os molhos devem ser sempre apresentados separados e colocados ao lado das iguarias, nunca sobre elas. Os pratos são colocados e retirados pelo lado direito, do cliente, salvo se causar incómodo ao cliente e se torne mais fácil retirar pela esquerda. Nesse caso devemos utilizar a mão esquerda. Este serviço tem a vantagem de ser mais rápido e eficaz. A desvantagem de não poder ser aplicado a todas as iguarias (peixes e omeletas) e necessita de pessoal com maior formação. (Necessário 1,5 m², por pessoa).

Indireto - o empregado, apresenta a travessa ao cliente e coloca-a na mesa de apoio (*guéridon*), em seguida recolhe os pratos da mesa de apoio e coloca-os na de serviço, dando início à realização do serviço. O *guéridon* deve ser colocado perto da mesa e num local bem visível, sendo nele colocadas, as travessas os pratos e os alimentos a ser servidos segundo as normas prescritas e de frente para a mesa. O empregado, utilizará o talher de serviço, mas desta vez a colher na mão direita e o garfo na esquerda. Este serviço, tem como vantagem, ser rápido e elegante, assim como, proporcionar uma distribuição equitativa e económica. Com desvantagem, torna-se mais dispendioso, devido à aquisição do *guéridon*. (Necessário 1,8 m², por pessoa).

Serviço à Francesa

O empregado recolhe o serviço da cozinha, verificando, que está tudo de acordo com o pedido. Em seguida, transporta-o numa travessa, com a mão esquerda, protegido por um pano (lito). Neste tipo de serviço, a iguaria principal, é colocada no centro da mesa e as guarnições, são servidas pelos empregados, pelo lado esquerdo do cliente, com utilização dos talheres de serviço. O empregado aproxima do cliente a travessa (8 a 10 cm do prato), permitindo, que ele se sirva a seu gosto. O empregado deve manter a posição correta, pés juntos, um pouco inclinado sobre a mesa, para facilitar o serviço e a mão direita, levemente sobre as costas.

Quando este serviço é para mais de 4 pessoas, o empregado deve apresentar a travessa aos clientes pela esquerda e permitir que eles se sirvam, com o talher de serviço. (Necessário 1,5 m², por pessoa).

Serviço à Americana

É o mais fácil de todos os serviços, pois as iguarias são empratadas na cozinha e vão diretamente para a mesa. O serviço é feito pelo lado direito do cliente, sendo o prato colocado diretamente na frente do cliente. Tem como vantagem, ser um serviço fácil e rápido, possibilitando ao cozinheiro ser criativo, no empratamento. Como desvantagem, no campo profissional, é prejudicial para o empregado de mesa, pois tira toda a perícia necessária a um serviço normal. (Necessário 1,2 m², por pessoa).

Serviço à Russa

Pela morosidade, este tipo de serviço, está praticamente abandonado. Deve apenas ser utilizado, em pequenos e requintados banquetes, quando se dispuser de muito pessoal. As peças vêm da cozinha, geralmente inteiras e são apresentadas pelo chefe de turno aos clientes, sendo depois, colocadas no *guéridon* e trinchadas, mantendo o formato primitivo. Após a peça trinchada e reconstituída, é de novo levada ao cliente e serve-se à Francesa ou à Inglesa Direto.

Tem como vantagem, o facto de ser um serviço, particularmente requintado e de permitir dosear as quantidades, de acordo com a vontade do cliente. Como desvantagem, este serviço, não é económico e é muito demorado, necessitando de mais pessoal.

Mise-en-Place

O trabalho de *mise-en-place* bem estruturado deve ser considerado, de entre outros trabalhos diários do profissional de hotelaria, dos mais úteis para o bom desempenho do serviço. As tarefas que a compõem são diversificadas. A eficiência deste trabalho dá ao profissional de hotelaria, nas horas de serviço direto, a garantia de tranquilidade. (JANEIRO 1997).

Menus

O objetivo do menu segundo GONSALVES (2006, p.48) “é informar o cliente das comidas e bebidas que pode escolher a determinado preço. Menu significa em francês “detalhe num minuto”. Os menus são um importantíssimo instrumento e ferramenta de marketing dado que estes refletem o conceito, a imagem, o ambiente, o tipo de cozinha, serviço entre outros.”

Independentemente do tipo de menu ou carta, estes devem contemplar os seguintes requisitos básicos: Ser atrativos, estar limpo, ser de fácil leitura, estar em sintonia com o local ou evento, isto é, os menus de um estabelecimento de restauração rápida será mais colorido que os de restaurantes clássico; Satisfazer as necessidades do cliente; Ter um *design* adequado.

Tipos de Menus de acordo com GONSALVES (2006, p.50)

Existem diversos tipos de cartas e menus, podendo destacar-se os mais comuns:

- ✓ À la Carte, (pode incluir uma sugestão do dia) Cada item do menu tem o respectivo preço identificado. O custo da refeição é a soma dos custos da seleção de itens. A disposição das categorias ou famílias depende muito do conceito, no entanto, devem respeitar a sequência das iguarias, propondo o seguinte: Acepipes, Sopas/cremes, Saladas, Entradas frias, Entradas quentes, Ovos, Massas, Pratos peixes/mariscos, Pratos de carne/caça, Queijos, Sobremesas, Gelados, Frutas.
- ✓ Table D'hôte, O menu completo é apresentado com um preço global sem desagregar os respectivos preços. Por regra, este tipo de menu oferece opções ou o cliente pode escolher os produtos dentro de uma determinada categoria. Por exemplo, na entrada pode optar entre uma sopa ou uma salada. Este menu é também conhecido por menu de preço fixo.

Bar

É um estabelecimento comercial onde os clientes consomem bebidas alcoólicas e não alcoólicas, cafés, chás e alguns alimentos como petiscos, sanduíches, porções, entre outros.

Aparelho de Bar

De acordo com o Diretor de F&B do Hotel Salinas Sea (2012), “todo o bar é composto por um conjunto de instrumentos que auxiliam o *barman* na realização do seu serviço, que são os seguintes: Medidor de Bebidas, Abre Cápsulas, Doseadores, Saleiro e Pimenteiro, Passador, Base de Copos, Balde para Gelo, Espremedor de limão, *Shaker*, Garfos, Espetos e Copos para Bebidas.”

Segundo o mesmo, no bar podemos encontrar diversos tipos de produtos:

- ✓ Comidas de bar, tais como, Café, Sumos Naturais, Chá e Infusões, Chocolate, Canela, Noz-moscada;
- ✓ Bebidas de bar, que são classificados como sendo Alcoólicas e Não Alcoólicas e estas tem características diferenciadas como, Aperitivos, Digestivas, *After Dinner*, Refrescantes, Fortificantes/Nutritivas, e Estimulantes.

Técnicas de serviços de bar

-) Indireta - As bebidas saem preparadas devendo apenas as águas, sodas, etc., serem misturadas na mesa do cliente.
-) Direta - Para a mesa são transportadas, todas as bebidas, balde de gelo e os copos necessários. Tudo é servido em frente ao cliente.
-) Mista- Há bebidas preparadas na mesa do cliente, e outras saem já preparadas do balcão.

2.2.6 Cozinha

CASTELLI (2003, p.385) considera que:

“A cozinha é um conjunto ordenado de equipamentos e instalações, perfeitamente integrados para a produção de refeições. A cozinha com unidade de produção exige um estudo detalhado das instalações, dos materiais, da disposição dos locais e dos métodos de trabalho. Uma cozinha bem planeada, com métodos de trabalho apropriados, torna-se altamente produtiva. No seu planeamento, tudo é importante. Cada detalhe merece estudo (...).”

Quando se fala em cozinha, entende-se:

- ✓ Local onde se preparam alimentos;
- ✓ Diferentes maneiras de elaborar os alimentos (tipicidades nacionais e regionais).

A cozinha é um sector muito importante na indústria hoteleira. É um sector muito sensível já que é na cozinha que se preparam as refeições que são servidas aos clientes, e também é nesse sector onde os desperdícios são elevados fazendo com que o controlo seja muito difícil. A cozinha deve ser instalada de modo a proporcionar ao cliente um serviço adequado à categoria do hotel.

Apesar da legislação pertinente em vigor e da existência de empresas especializadas na montagem de cozinhas, deve-se reconhecer que muitos hotéis não têm sido muito felizes ao planear sua cozinha.

O *layout* da cozinha do hotel deve estar em consonância com o tipo e o tamanho do estabelecimento como também deve proporcionar ao cliente um serviço adequado à sua categoria. Portanto, a cozinha está em função do tipo de público que se quer atingir. Assim, na construção da cozinha do *resort* hotel levaram-se em consideração os seguintes aspetos:

Sectores ou Zonas

-) De pré-preparo
-) De cocção
-) De lavagem
-) De lixo

Aspetos Construtivos

-) Espaços
-) Localização
-) Paredes
-) Piso
-) Iluminação
-) Temperatura
-) Conexões elétricas

Brigada da cozinha

A preparação de alimentos em qualquer estabelecimento de restauração é sempre assegurada por um grupo de cozinheiros, denominados de BRIGADA.

Esta é composta por:

- ✓ Chefe da Cozinha;
- ✓ Chefe de Partida;
- ✓ Cozinheiro;
- ✓ Chefe de Pastelaria;
- ✓ Ajudante de Cozinha;

Requisitos da brigada da cozinha

- ✓ Limpeza - é primordial, simplesmente por que o pessoal da cozinha manipula alimentos que serão consumidos pelos clientes. Higiene não só pessoal quanto dos objetos utilizados.
- ✓ Vestuários - os uniformes devem estar em perfeito estado de conservação e limpeza.
- ✓ Pontualidade - executar os pedidos a tempo certos nem depressa de mais e nem com excesso de demora.
- ✓ Postura.
- ✓ Responsabilidade - pois um pequeno descuido produz um efeito multiplicador negativo sobre o cliente.
- ✓ Organização - ter os equipamentos e utensílios nos lugares adequados.
- ✓ Criatividade - reaproveitar matérias prima em bom estado.
- ✓ Administração - a brigada da cozinha deve procurar rentabilizar os produtos.
- ✓ Vocação.

Fichas Técnicas

O autor Gonçalves (2006, p.24) apresenta uma definição de fichas técnicas, sendo que para ele:

“A ficha técnica é um precioso documento de gestão onde é estandardizado determinado item (comida ou bebida), garantido a qualidade, quantidade, modo de confeção e apresentação que, por exemplo, determinado prato deve apresentar sempre que é elaborado. Desta forma, a estandardização das fichas técnicas permite assegurar a consistência do item, ou seja, este deverá ser feito sempre de igual forma, evitando que um dia seja feito de uma forma, e no outro dia, de outra completamente diferente.”

Composição de uma Ficha Técnica

-) Nome do Item;
-) Família;
-) Codificação;
-) Número de porções;
-) Lista de ingredientes;
-) Método de preparação e confeção;
-) Tempo de preparação e confeção;
-) Instruções e cuidados no empratamento ou serviço;
-) Custo dos ingredientes;
-) Custo total da ficha e custo por porção;
-) Fotos das fases mais importantes da produção do prato;
-) Foto do prato;
-) Indicar o recipiente onde deve ser empratado;
-) Data;
-) Quem elaborou e verificou a ficha técnica.

Higiene e segurança na cozinha

A higiene deve estar presente em todos os ambientes do hotel. A área de produção de alimentos requer cuidados muito especiais pelo facto de se estar interferindo diretamente na saúde das

peessoas. Uma comida pode ter uma excelente aparência, um excelente aroma e sabor e nem por isso ser uma alimentação sadia.

A segurança alimentar depende em grande parte do nível de higiene individual de todos os que trabalham no estabelecimento, empregadores e empregados, especialmente daqueles que manuseiam alimentos - manipuladores de alimentos.

Código de boas práticas

O código de boas práticas é um conjunto de boas condutas de modo a não comprometer a segurança ou inocuidade dos alimentos.

A maioria das intoxicações alimentares tem a sua origem em superfícies, utensílios de cozinha e mãos contaminadas e na contaminação cruzada, em particular de alimentos já cozinhados e prontos para consumo com alimentos crus.

As pessoas, que de alguma forma contactam com os alimentos nas diversas fases da sua produção, são portadoras de microrganismos que podem contaminar os alimentos e provocar doenças a quem os consome. Os microrganismos estão presentes, vivem e desenvolvem-se em diversas partes do corpo (cabelo, nariz, boca, garganta, intestinos, pele, mãos e unhas) e mesmo que a pessoa apresente um estado de saúde normal, sem sintomas de qualquer doença, existem sempre no seu corpo microrganismos que se forem ingeridos podem provocar doenças.

Os manipuladores de alimentos devem ter conhecimentos sobre higiene, técnicas, temperatura e tempos, atinentes à transformação de matérias-primas em alimentos comestíveis, pois é uma forma de proteger a sua saúde e a dos consumidores. Assim como os comportamentos adotados durante a manipulação, pois são um dos principais veículos de contaminação dos alimentos.

Uma boa higiene e um comportamento adequado evitam a contaminação dos alimentos a nível biológico (ex. microrganismos), químico (ex. detergentes), e físico (ex. cabelos).

Um código, de boas práticas, bem implementado evita a ocorrência dos riscos associados à produção e confecção de produtos alimentares. Esse código deverá ser adotado por todas as pessoas que se encontram na unidade, principalmente pelos manipuladores de alimentos.

As mãos como fonte de contaminação que são devem ser lavadas e desinfetadas várias vezes ao dia, conforme os procedimentos de higienização estabelecidos, removendo assim a sujidade, resíduos de alimentos, poeira, gordura ou outro material indesejável das mãos e as unhas curtas, limpas e sem verniz.

HACCP

O sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) constitui uma abordagem sistemática na identificação, avaliação e controlo dos perigos que podem interferir com a segurança alimentar e consiste num sistema preventivo de garantia de qualidade. Os planos baseados neste sistema são desenhados para prevenir a ocorrência de potenciais problemas respeitantes à segurança alimentar (FDA/CFSAN, 2005).

A identificação e subsequente análise dos perigos é o passo para estabelecer Pontos Críticos de Controlo ou PCC. Os PCC identificam os pontos do processo que têm de ser controlados de modo a assegurar a segurança alimentar (WHO/FAO, 2003). De acordo com a FDA/CFSAN (2005), um PCC refere-se a uma etapa ou procedimento no qual a perda de controlo pode resultar num risco inaceitável para a saúde, sendo que o controlo aplicado a essa etapa é essencial para prevenir ou eliminar um perigo alimentar ou para reduzi-lo para um nível aceitável. Exemplos comuns de PCC incluem confecção, arrefecimento e manutenção quente ou fria dos alimentos (FDA/CFSAN, 2005).

O estabelecimento de limites críticos define os parâmetros que têm de ser verificados e assegurados em cada PCC. A monitorização e verificação são os passos subsequentes que asseguram o controlo e a eficácia do processo. O HACCP constitui assim uma importante ferramenta na segurança alimentar, suportada por programas de pré-requisitos que, quando implementados, permitem a manutenção do controlo dos perigos associados aos alimentos. O

Codex Alimentarius recomenda uma abordagem baseada, sempre que possível, no sistema HACCP como modo de incrementar a segurança alimentar (WHO/FAO, 2003).

Origem do Sistema HACCP

A aplicação do HACCP à produção alimentar aconteceu em meados dos anos 60 do século XX, pela necessidade de a National Aeronautics and Space Administration (NASA) garantir alimentos seguros aos astronautas do programa espacial. A aplicação do sistema no programa espacial americano teve como resultado a obtenção de alimentos que alcançaram 100% de garantia contra a contaminação por agentes bacterianos e virais, toxinas, e ainda perigos químicos e físicos que poderiam causar danos ou doença aos astronautas (FDA/CFSAN, 2005).

O HACCP substituiu o habitual método de controlo de segurança alimentar que consistia no teste ao produto final, e providenciou um sistema preventivo para produção de alimentos seguros, de aplicação universal.

Nos anos subsequentes, o sistema HACCP foi reconhecido como um sistema efetivo de controlo. Adoptado de forma quase universal em vários países do mundo, tem sido sistematicamente aplicado à indústria alimentar e aos locais com serviço de refeições.

Vantagens do Sistema HACCP

O sistema HACCP enfatiza o papel da indústria e dos operadores de alimentos na prevenção e resolução dos problemas, num processo que se pretende realizado de modo contínuo, apresentando vantagens em relação às inspeções convencionais (FDA/CFSAN, 2005).

Este sistema identifica claramente o estabelecimento alimentar como um elemento da cadeia responsável por assegurar a segurança dos alimentos que produz. Ele implica que o operador analise os seus métodos de preparação de forma racional e científica, de modo a identificar os PCC e a estabelecer limites críticos e procedimentos de monitorização. Um aspeto essencial da

responsabilidade do operador é a obrigatoriedade de manter registos que documentem o respeito pelos limites críticos estabelecidos para os vários PCC, o que resulta numa contínua auto-avaliação (FDA/CFSAN, 2005).

Por outro lado, o sistema HACCP permite a uma entidade auditora determinar mais perceptivelmente o nível de envolvimento do operador, já que é pelo acesso aos registos de monitorização dos PCC e outros que verifica como o plano HACCP está a funcionar. Anteriormente, a entidade auditora apenas podia determinar as condições e as práticas no estabelecimento no momento da inspeção. Pelo contrário, estando implementado um sistema HACCP, tanto as condições presentes como as passadas podem ser analisadas: a consulta aos registos do HACCP permite efetivamente recuar no tempo e obter uma visão mais abrangente de todo o processo. As inspeções tradicionais são relativamente ineficientes e são mais reativas do que preventivas, comparadas com a abordagem HACCP, no assegurar da segurança alimentar (FDA/CFSAN, 2005).

Princípios do HACCP

Em 1992, o National Advisory Committee on Microbiological Criteria for Foods (NACMCF), definiu sete princípios a ser considerados quando se desenvolve um plano HACCP. Em 1997, o grupo de trabalho para o HACCP da NACMCF reviu o documento e comparou-o com o corrente guia de HACCP elaborado pelo Codex Committee on Food Hygiene. Em resultado desta revisão, o HACCP foi definido como uma abordagem sistemática à identificação, avaliação e controlo dos perigos dos alimentos, que consiste nos seguintes sete princípios:

- ✓ Princípio 1 – Condução de uma análise de perigos.
- ✓ Princípio 2 – Determinação de pontos críticos de controlo (PCC).
- ✓ Princípio 3 – Estabelecimento de limites críticos para os PCC.
- ✓ Princípio 4 – Estabelecimento de procedimentos de monitorização dos PCC.
- ✓ Princípio 5 – Estabelecimento de ações corretivas a serem tomadas quando a monitorização indicar que um PCC não está sob controlo.

- ✓ Princípio 6 – Estabelecimento de procedimentos de verificação para confirmar que o sistema HACCP está a funcionar corretamente.
- ✓ Princípio 7 – Manutenção de registos e documentação respeitantes aos procedimentos e sua aplicação.

Benefícios do Sistema de HACCP

A implementação do sistema HACCP permite aumentar a confiança e a segurança do consumidor. A implementação desse sistema, facilita o cumprimento de exigências legais, e permite o uso mais eficiente de recursos na resposta imediata a questões relacionadas com a inocuidade dos alimentos.

O sistema de HACCP não deve ser entendido meramente como um facilitador do cumprimento de requisitos legais, mas acima de tudo como uma ferramenta de gestão de segurança alimentar à disposição das empresas e que possui um conjunto de benefícios associados. Entre estes benefícios é possível destacar:

- Aumento da segurança do consumidor;
- O reforço da qualidade;
- Redução de custos operacionais;
- Reforço da imagem do estabelecimento junto dos clientes.

2.2.7 Economato e Compras

Economato

“Os serviços do economato são, no funcionamento de uma unidade hoteleira, um sector de muita responsabilidade, dado que uma boa gestão se baseia no controlo e compreensão das despesas, para um maior aproveitamento das receitas. Deles fazem parte, como subsecções, a despensa, a cave ou garrafeira, e o armazém. Compete ao

economato o fornecimento a tempo, e em boas condições de utilização, de todos os géneros ou artigos de consumo do hotel (...).” MARQUES (2006, p.231).

O principal objetivo da armazenagem é garantir a manutenção e qualidade das matérias-primas e outros produtos, de forma a assegurar a disponibilidade de produtos de acordo com as necessidades do dia-a-dia, minimizando perdas, desperdícios, desvios ou roubos.

“A localização do economato deve ser próxima da entrada de serviço permitindo facilitar a receção e controle pela verificação da quantidade, qualidade, peso e se os produtos correspondem aos que foram pedidos. Deve igualmente encontrar-se em local acessível aos serviços internos.” ABOIM (1983, p.2).

Compras

A compra de mercadorias é a função que consiste em abastecer a empresa e colocar à sua disposição, nas melhores condições de preço, de qualidade, de quantidade, de pagamento e de prazo de entrega, todas as mercadorias e produtos necessários à sua atividade. (MOSER, 2002)

A compra é uma tarefa de grande responsabilidade, pois não só envolve elevadas despesas, como também é o ponto a partir do qual é definido o custo e a qualidade do produto final. Por estas razões, é essencial que as compras sejam centralizadas em uma só pessoa ou num só serviço, com o objetivo de garantir o melhor controlo de qualidade e de preço dos produtos.

2.3 Tarefas Práticas Realizadas

A realização do estágio profissional foi um complemento da base teórica do curso de Gestão Hoteleira e Turismo, tendo a oportunidade de executar diversas tarefas nas diversas áreas, respeitando sempre as indicações da orientadora.

2.3.1 Restaurante e Bar

O contato direto com o cliente e aprender o saber fazer, e como decorre o dia-a-dia da operação, foram os principais pontos assimilados nestas secções.

Restaurante

KH Aquisição da listagem de hóspedes em casa, junto a receção era feito essa aquisição, para fazer a previsão de quantas pessoas tinha-se em cada refeição;

AH Terminar a *mise-en-place* do pequeno-almoço, depois do jantar o pessoal preparava a *mise-en-place* do pequeno-almoço mas as vezes não terminava por falta de algum utensílio então era preciso completar no dia seguinte. A *mise-en-place* consistia em uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa à esquerda, uma colher de sobremesa, uma colher para o café á frente, guardanapos, pacotes de açúcar e adoçantes;

MH Preparar a mesa de *buffet* de pequeno-almoço, cuja preparação consistia em limpar as mesas e colocar toalhas limpas, depois colocar as máquinas de café, água quente, leite, sumos e todos os outros alimentos e repor as chávenas os copos e os pratos na bancada.

NH Controlar a mesa de *buffet*, para que não houvesse rutura de alimentos, a medida que os hóspedes iam entrando e saindo para tomarem o seu pequeno-almoço.

EH Preparar a *mise-en-place* para o almoço e o jantar - esta tarefa consistia em colocar uma faca de carne à direita, um garfo de carne à esquerda, um prato de pão com uma faca de manteiga à esquerda com um copo de água e de vinho à direita e um guardanapo de pano no meio.

OH Escolher a ementa para o *buffet* - juntamente com a Assistente de F&B fazia-se a escolha dos pratos que iam fazer parte da ementa. Era preciso ter em conta dois pratos de carne (branca e vermelha), dois pratos de peixe, um prato de massa, guarnições, entradas e sobremesas.

IH Atender os clientes – consistia na apresentação do menu, o cliente escolhia o prato que desejava, anotava-se o pedido nas comandas. Estas têm 3 vias, uma é entregue na cozinha, outra vai para o caixa e a outra fica na comanda.

PH Servir os clientes - o prato escolhido na carta vinha logo empratado com as iguarias da cozinha, fazia-se o serviço de bebidas.

ΣH Acompanhamento e acolhimento, durante a refeição era importante procurar saber se o cliente estava satisfeito, e no final acompanhá-lo até à porta.

ΚI HFecho de Caixa, no final do serviço fazia-se o controlo e fecho das contas e entregava-se na receção;

ΚΚEfetuar requisições para o bar, restaurante e *snack-bar*, era preciso preencher um documento para se fazer as devidas requisições e entregar ao economato.

Bar

1. Inventário diário - consistia em fazer a contagem física de todas as bebidas do bar, e fazer a comparação com as quantidades vendidas no dia anterior.
2. *Mise-en-place* - consistia em fazer a arrumação de todos os produtos que iriam ser útil no decorrer do serviço, conferir se no bar havia tudo o que era necessário para trabalhar, isto para evitar eventuais correrias desnecessária à procura de algum produto.
3. Serviço - fazer o serviço de bebidas como cafés, caipirinhas, cervejas, cocktail, etc.
4. Arrumação - no final do serviço era necessário deixar o bar limpo e arrumado para o dia seguinte.

2.3.2 Cozinha

Conhecer as técnicas de confeção e preparação das refeições, foi de vital importância nesta secção, não obstante, apreender as diversas práticas de higiene e limpeza da cozinha, através dos princípios do HACCP, que é sem dúvida um dos principais pilares de uma cozinha. Segue então as principais tarefas:

1. Preparação do pequeno-almoço - juntamente com a pessoa responsável pelo pequeno-almoço fazia-se a preparação das panquecas, dos ovos estrelados e mexidos, das fatias douradas, do Bacon e salsichas fritas e de seguida fazia-se a montagem do *buffet*.
2. Reposição do *buffet*, durante o pequeno-almoço - o pessoal da cozinha e da sala estavam sempre em constante comunicação, para que no caso de haver rutura de alguns produtos no *beffet* estes pudessem imediatamente ser repostos.

3. Preparação do pequeno-almoço do pessoal - para o pessoal que entrava às 7h e às 8h o pequeno-almoço era servido às 10h.
4. *Mise-en-place* para o almoço - consistia em descascar legumes e verduras, fazer a lavagem dos produtos para se fazer as saladas e ajudar na preparação do menu do dia.
5. Empratamento - conforme a entrada de pedidos, ajudava-se o pessoal da cozinha no que fosse preciso.
6. Higienização do espaço - no final do serviço, fazia-se a limpeza e arrumação das instalações.

2.3.3 Economato e Compras

Estas são uma das secções mais importantes do departamento de F&B, vistos que é nas compras que todo o processo produtivo começa. Saber comprar, capacidade de negociar os melhores preços, controlo de qualidade, organização de *stocks*, foram alguns dos pontos abordados. As principais tarefas consistiam nas seguintes atividades:

1. Arrumação e limpeza - ao longo do estágio havia sempre a preocupação de manter o economato sempre limpo e arrumado, principalmente na parte dos géneros alimentícios;
2. Baixa nas requisições - era preciso fazer a entrega de todos os produtos requisitados pelas diferentes secções, assinalando-as com um visto, confirmando que estas foram entregues;
3. Conferência de comandas - todos os dias fazia-se esta conferência, através do relatório de vendas, para certificar de que tudo que foi vendido foi lançado;
4. *Check List* - periodicamente, fazia-se um controlo do estado dos produtos que se encontravam no economato, controlando os prazos de validade, estado que se encontravam os rótulos, temperaturas das câmaras frigoríficas, e no caso de alguma não conformidade procurar resolver.
5. Compras - todas as quintas feiras juntamente com a ecónoma e um condutor, deslocava-se à cidade para fazer compras, normalmente dava-se duas voltas, uma para trazer primeiramente os produtos frescos e congelados, e outra para o restante das compras. Também, quando havia necessidade, deslocava-se à vila de São Pedro para comprar queijo.

6. Armazenagem e conferência dos produtos - após a chegada ao hotel com as compras, fazia-se a conferência dos produtos na presença de um elemento da contabilidade, feito isto, seguia-se a arrumação dos produtos no economato, de acordo com o tipo e família, respeitando os princípios do FIFO (*First In First Out*).

2.3.4 Gestão de Recursos Humanos

Sendo o hotel um estabelecimento, que emprega diversos funcionários, cada um com características diferentes, e sendo os recursos humanos um dos ativos mais importantes de uma empresa foi importante observar como tudo funciona. As tarefas realizadas nesta secção foram as seguintes:

1. Elaboração de horários - teve-se a oportunidade de acompanhar alguns chefes de departamento na elaboração de horários, observar os critérios utilizados a quando da elaboração dos mesmos;
2. Mapas de horas extras - conseguiu-se acompanhar e ajudar na elaboração de mapas de horas extras;
3. Comunicado interno - acompanhou-se a elaboração de um comunicado interno de uma secção, que consistia em avisar os funcionários que havia um evento, e que era necessário fazer trabalhos extras.

2.3.5 Planeamento e Gestão de Eventos

A realização de eventos é um das formas que o hotel encontra para fazer a divulgação do seu produto/ serviço e captação de clientes, conhecer estas técnicas foi muito importante.

1. Apresentação de uma proposta de menu, foi proposto ao grupo de estágio a elaboração de um menu para o dia dos trabalhadores, elaborou-se um menu de *buffet*, onde constava entradas, peixes, carnes, massa, acompanhamentos e sobremesas.

2.3.6 Políticas Comerciais e Marketing

A diversificação da oferta é uma das políticas comerciais do Hotel Foya Branca, principalmente porque em São Vicente o turismo de sol e praia ainda não está bem cimentado. Há que criar ofertas principalmente para conseguir captar o cliente interno, como exemplo disso, aproveitou-se o dia de São Valentim para tentar atrair clientes da ilha para o hotel.

1. Planeamento do dia de São Valentim, Começou-se por criar uma folha com um *design* alusivo a ocasião, onde constava:

- O menu do jantar;
- Informação da restante oferta incluída e o preço;

Decorou-se o restaurante com temas alusivo ao dia de São Valentim, com velas e pétalas nas mesas, havia música ao vivo durante o jantar.

A divulgação foi feita através da rádio e pela Internet.

PARTE III – APRECIÇÃO CRÍTICA

Com a realização do estágio profissional, chega-se ao fim com uma capacidade de fazer a ponte entre os aspetos teóricos e a prática, bem como ter uma capacidade de avaliar os pontos positivos e negativos do mesmo, podendo de uma certa forma sugerir possíveis aspetos a melhorar, o que pode ser uma mais-valia para a entidade acolhedora.

3.1. Áreas de Identificação com o Curso

A base teórica do estágio profissional baseou-se em grande parte nas mais diversas cadeiras do curso de Gestão Hoteleira e Turismo. A vertente teórica desempenha um papel importante na assimilação de conhecimentos. Deste modo houve algumas cadeiras que tiveram um peso maior no momento da realização do estágio:

- ❖ Gestão de Unidades Hoteleiras;
- ❖ Gestão de Alimentos e Bebidas;
- ❖ Gestão Comercial;
- ❖ Contabilidade;
- ❖ Gestão de Recursos Humanos;
- ❖ Nutrição e Higiene alimentar;
- ❖ Marketing Hoteleiro.

3.2. Análise Crítica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

De uma forma geral, considera-se que o Hotel Foya Branca pratica um serviço de qualidade, tendo em conta a conjuntura turística de São Vicente, graças a uma boa estrutura organizacional que ali foi montada, dando grande mérito ao Diretor do Hotel que com os seus conhecimentos e políticas de gestão tem conseguido de uma certa forma ultrapassar os vários desafios que vêm surgindo durante a operação.

Pontos Positivos

Em relação aos aspetos positivos pode-se salientar os seguintes:

- Localização - É um ponto de relevante importância, sendo que o hotel situa-se a 1 Km do Aeroporto Internacional Cesária Évora, e mesmo à frente de uma das mais belas praias de São Vicente, a praia de Santo André em São Pedro, é uma mais-valia do ponto de vista de um viajante que por ventura teve uma longa viagem, e quer chegar o mais rápido possível ao hotel para descansar.
- Segurança – Um turista ao escolher um hotel, um dos aspetos de grande relevância que ele tem em conta é a questão da sua segurança, deste modo pensa-se que o Hotel Foya Branca reúne boas condições nesse sentido, dispondo de câmaras de vigilância por todo o hotel.
- Estrutura do hotel – Sendo o Hotel Foya Branca o único *resort* em São Vicente, este tem uma vantagem grande em relação aos outros hotéis da ilha, com ótimas instalações e bem estruturadas, com uma vasta área de espaços verdes com piscinas, campo de ténis, ginásio, o que lhe permite estar na vanguarda dos melhores hotéis de São Vicente.
- Diversificação da oferta – O hotel desenvolve políticas de captação de clientes nacionais com ofertas de serviços de *buffet* e rodízio aos fins-de-semana, com preços que vão de encontro com o poder de compra dos nacionais, ainda com oferta de transportes incluídos no serviço.
- Políticas de controlo e gestão – Faz parte da equipa do hotel um conjunto de funcionários/chefias com plenas capacidades de gestão dos recursos disponíveis, desde a aquisição, confeção e oferta dos produtos, com objetivos claros de reduzir os custos e maximizar os lucros.

Pontos Negativos

- Estrutura organizacional de compra – sendo a função de compras exercida pela própria ecónoma, consiste numa falha nessa mesma estrutura, não só devido a sobrecarga de trabalho por parte da ecónoma como também a possibilidade de haver fraudes ou desvios nesta secção.

- Cozinha tradicional – pensa-se que deveria haver uma maior oferta de produtos da culinária nacional, como forma de divulgar o produto típico cabo-verdiano, aproveitando o facto de ter como chefe de cozinha uma cidadã cabo-verdiana.
- Sistema de compras – compreende-se, pelo facto de não haver um responsável por esta secção, mas esta todavia deveria ser melhor organizada, principalmente no que diz respeito às deslocações à cidade para fazer compras, o transporte utilizado não é o mais adequado, pois não possui um sistema de refrigeração para transporte dos produtos frescos e congelados estes são trazidos para o hotel numa carrinha de caixa aberta, expostas ao sol e a poeiras, podendo o produto ser contaminado durante este processo que é dos mais importantes.
- Transporte de pessoal – o autocarro que transporta o pessoal já não se encontra nas melhores condições, sendo este também o mesmo utilizado no *transfer* dos clientes para a cidade.
- Gestão dos recursos humanos – é de salientar que não há um conceito de espírito de equipa bem vincado dentro do departamento, há sempre desentendimento entre os funcionários, que de uma certa forma nem sempre estão de acordo com as ideias da assistente de F&B, esta por sua vez, deveria ter uma melhor noção do que é ser um líder.

3.3. Dificuldades Encontradas

De um modo geral o estágio decorreu de forma normal, dentro dos objetivos propostos no plano de estágio, havendo uma ou outra dificuldade encontrada, principalmente em conciliar as aulas com o horário do estágio, por vezes a disponibilidade da assistente de F&B não era imediata, ao contrário dos outros funcionários que desde o início sempre foram acolhedores, o horário de estágio era sempre o mesmo, não permitindo acompanhar mais ao pormenor o decorrer dos serviços à noite por exemplo.

3.4. Recomendações/Sugestões

As recomendações estão de uma certa forma diretamente relacionados com os aspetos negativos mencionados na análise crítica, que na opinião do estagiário podem ser os seguintes:

- Organizar da melhor forma a secção de compras, fazendo a separação desta do economato, contratando um responsável de compras.
- Apostar mais na culinária nacional, visto que muitos clientes vêm a Cabo Verde à procura do que é tradicional, música, artesanato, culinária.
- Justifica-se um investimento nos transportes no hotel, principalmente numa viatura apropriada para as compras, e outra para evitar que os clientes sejam transportados juntamente com os funcionários.
- Criar um espírito de equipa dentro do hotel, partindo do topo para a base, ou seja, mesmo a responsável de F&B não tem esses princípios bem vinculados na sua forma de trabalhar, por vezes mostra uma certa antipatia perante o seu *staff*.

CONCLUSÃO

A evolução do departamento de F&B tem vindo a ser constante, adaptando-se a um cliente cada vez mais exigente, que viaja mais vezes e conhece grandes estruturas hoteleiras por todo o mundo, aumentando as suas expectativas quando escolhe um destino para passar férias.

Pensa-se que no Hotel Foya Branca esta tem sido uma das preocupações da direção, desenvolvendo cada vez mais e melhor as suas políticas comerciais e de marketing.

Sendo o F&B o calcanhar de Aquiles de um hotel é importante conseguir gerir da melhor forma os recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis, com o objetivo de garantir um serviço de qualidade, minimizando ao máximo os custos e maximizar os lucros.

O departamento de alimentos e bebidas surgiu não apenas para assegurar lucros para o hotel, de forma a cobrir as deficiências do departamento de alojamentos, como também é um sector imprescindível na superação das expectativas dos clientes.

De um modo geral a realização do estágio profissional foi de grande importância para complementar o marco teórico das aulas, na medida em que se teve a oportunidade de observar como realmente os aspetos teóricos são aplicados na prática.

Inicialmente as dificuldades encontradas foram várias, os funcionários demonstravam algum receio em apoiar, pois viam nos estagiários uma possível ameaça para o futuro, mas com o tempo conseguiu-se ganhar a confiança desejada, desmistificando aquela ideia de que se queria roubar o lugar deles, muito pelo contrário o estagiário estava ali para aprender e se fosse oportuno transmitir algum conhecimento teórico aos funcionários, visto que a maioria deles não possui formação na área.

De certa forma conseguiu-se atingir os objetivos discriminados no plano de estágio, observando que o departamento de F&B no Hotel Foya Branca trabalha de acordo com as regras teóricas, não obstante alguns aspetos menos positivos a melhorar.

O estágio profissional teve como objetivo geral, obter uma visão detalhada da gestão e administração do departamento de F&B, capacitando o formando a adquirir valências que lhe permitirá uma melhor inserção e adaptação no mercado laboral, sendo que este objetivo foi de uma forma geral atingido

Pode-se dizer que o estágio foi uma mais-valia para enriquecer os conhecimentos e adquirir alguma experiência, que irá ser importante no momento da ingressão no mercado de trabalho.

BIBLIOGRAFIA

- **ABOIM**, Joaquim (1983); **Elementos Básicos do Económico**. Editora INFT, Lisboa.
- **CASTELLI**, Geraldo (2003); **Administração Hoteleira**. 9ª Edição: EDUCS – Editora da Universidade de Caxias do Sul, Brasil.
- **CUNHA**, Licínio (2006); **Economia e Política do Turismo**. Editorial verbo. ISBN: 972-22-2602-9100116, Porto.
- **DAVID**, Vasco (2012); Diretor de F&B do Hotel Salinas Sea, Ilha do Sal.
- **DIAS**, Reinaldo (2008); **Introdução ao Turismo**. 1ª Edição. Editora Atlas. ISBN, São Paulo.
- **FERREIRA**, João Ribeiro (1993); **Manual de Gestão de Alimentos & Bebidas**. Editora INFT, Portugal.
- **FONSECA**, Marcelo Traldi (1999); **Tecnologias Gerências de Restaurantes**. Editora SENAC, São Paulo.
- **GONÇALVES**, C.A., **MEIRELLES**, A.M (2004); **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. Editora Atlas, São Paulo.
- **GONSALVES**, António Costa (2006); **Guia Técnico de Investimento em Turismo, Gestão em Restauração e Bebidas**. Editora: Instituto de Turismo de Portugal, 1050-124, Lisboa.
- **JANEIRO**, Joaquim António (1997); **Guia Técnico de Hotelaria – Artes e Ciências dos Modernos Serviços de Restaurante**. 3ª Edição, Editora: CETOP – Centro de Ensino Técnico e Profissional à Distância, Portugal.

- **LEITE**, José Pinto (1983); **Manual de Organização de Alimentação e Bebidas**. Editora INFT, Lisboa.
- **LUISE**, Francisco (2004); **Emilia e o Food Cost**: Edições do Gosto, Lisboa.
- **MARQUES**, J. Albano (2006); **Introdução à Hotelaria**. Editora Civilizações, Porto.
- **MARQUES**, J. Albano (2008); **Manual do Restaurante e do Bar**. Editora Civilizações, Porto.
- **MOSER**, Francisco (2002); **Manual de Gestão de Alimentos e Bebidas**. Edições CETOP – Centro de Ensino Técnico e Profissional à Distância, Portugal.
- **PENIM**, Carlos (2006); **Gestão de Alimentos e Bebidas**. Editora: CDR – Centro de Documentação para Restauração, Lisboa.
- **RÊGO**, João (2007); **Manual Comercial do Hotel Foya Branca**. Editora Mindelo, Cabo Verde.
- **TRAVASSOS**, José Fernando (1982); **Gestão Hoteleira/Análise e Controlo dos Circuitos de Mercadorias**. Editora: CDR – Centro de Documentação para Restauração, Portugal.
- **UNI-MINDELO**, Universidade do Mindelo (2012); **Norma para Elaboração e Apresentação de Trabalhos Académicas e Científicas**. Editora Mindelo, Cabo verde.

Internet

- <http://www.foyabranca.com> (12.10.15) 10h30mn
- <http://www.queconceito.com.br/bar> (24.11.15) 20h30mn

- NUNES, Paulo (2007); **Gestão de Recursos Humanos**.
<http://knoow.net/cienceconempr/gestao/gestao-de-recursos-humanos> (10.10.15) 16h15mn
- HACCP – Portal de Segurança Alimentar
<http://www.segurancalimentar.com/conteudos.php?id=20> (23.09.15) 12h15mn

GLOSSÁRIO

BRIGADA – “brigada do restaurante” por exemplo, é a totalidade do pessoal empregado num restaurante para servir refeições.

COUVERT – Uma série de iguarias (pão, azeitonas etc.) que normalmente são servidos antes das refeições.

EMPRATAR – dispor uma iguaria harmoniosamente num prato.

GUÉRRIDON – É uma expressão francesa, que na hotelaria significa carro de apoio ao serviço.

LAYOUT – Pode-se entender como arranjar ou rearranjar equipamentos até se obter a disposição mais desejada.

MISE-EN-PLACE – Expressão francesa que na hotelaria significa pôr em ordem, dispor as coisas para um determinado fim.

ROOM SERVICE – Serviços de alimentos e bebidas prestadas nos quartos de um hotel.

STAFF – Equipa que compõe por exemplo um restaurante ou bar.

TURNOVER – Rotatividade de um produto no armazém.

PART-TIME – Trabalho temporário.

MAILINGS – Correspondências direccionadas

FAM TRIP – Grupo de clientes potenciais, cujo objectivo é conhecer um destino e as facilidades de um hotel sem o compromisso de comprar viagem ou de reservar um quarto.

HAPPY HOUR – Tempo criado pelos hotéis para forçar vendas através de descontos promocionais, é aplicado principalmente nos bares.

BRIEFING – Expressão inglesa que significa resumo, na restauração faz-se briefing antes de iniciar algum serviço, com o objetivo de que todos os envolvidos estejam por dentro de tudo o que vai acontecer.

PACKAGES – Pacotes de viagens, organizadas por uma agência de turismo.

ANEXOS

Anexo 1: Hotel Foya Branca



Fonte: Hotel Foya Branca

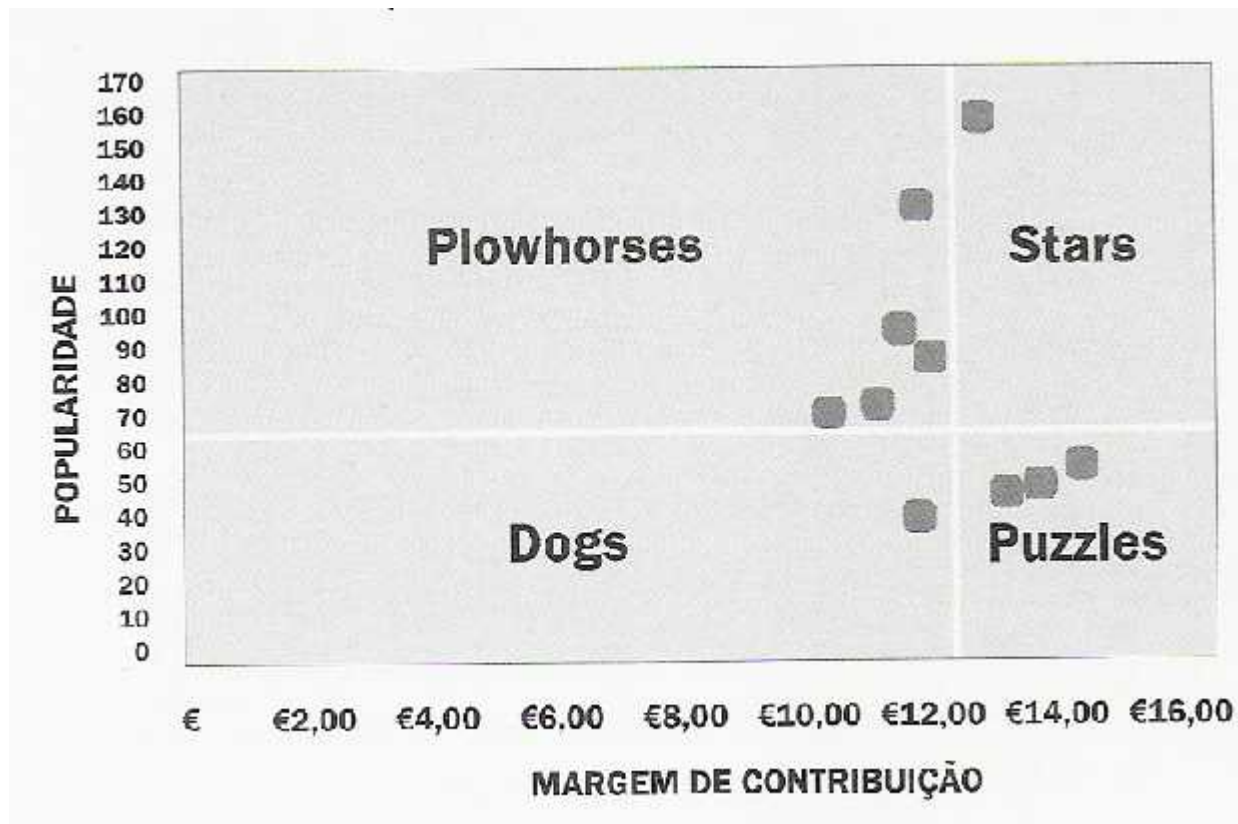
Figure 1 shows a horizontal number line. The line is labeled 'Number Line' at the right end. There are tick marks at every integer from -3 to 3. The integers are labeled below the line: -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3. Above the line, there are also tick marks at -2, -1, 0, 1, 2, and 3, which are labeled with their corresponding integers.

Quant.	Produto	Custo/Unid.	Custo Total	Preço Venda	Receitas
TOTAL					

(F & B)

Fonte: Hotel Foya Branca

Anexo 3: Quadrante do Índice de Popularidade



Fonte: Louise, (2004)

Anexo 4: Ficha Técnica

<u>FICHA DE COZINHA</u>			FOTOGRAFIA	
PRATO:				
APLICAÇÃO: Restaurante				
Nº DE DOSES: 01				
PREÇO DE VENDA:				
LIQUIDO DOSE:				
QUANT.	PESO	PRODUTOS	PREÇO UNID.	TOTAL
CUSTO TOTAL:				
CUSTO DOSE:				
RÁCIO%:				
<u>PREPARAÇÃO:</u>				
<u>FORMA DE SERVIR:</u>				

Fonte: Hotel Foya Branca

Anexo 5: Pesagem de Pão

PESAGEM DE PÃES				
INGREDIENTES	CARCASSAS	TRANÇAS	DOCE/CÓCO	CHOURIÇO
AÇÚCAR				
BANHO				
CHOURICO				
CÓCO				
FARINHA				
FARINHA INTEGRAL				
FERMENTO				
LEITE EM PÓ				
MELHORANTE				
ÓLEO				
OVOS				
SAL				

Fonte: Hotel Foya Branca

Anexo 6: Ficha de Pequeno-Almoço

RESPONSÁVEL: _____

COZINHA	
PRODUTOS	QUANTIDADES
AÇUCAR	
BACON	
CANELA	
FARINHA DE TRIGO	
FIAMBRE	
LEITE EM PÓ	
MARGARIDA	
ÓLEO	
OVOS	
PÃO DE FORMA	
QUEIJO EDAM	
SALSICHA	
SUMO FOSTER	
MORTANDELA	
KIWI	
LARANJA	
MAÇA	
MELÃO	
PAPAIA	

Fonte: Hotel Foya Branca

Anexo7: Ficha de Controlo de Bar

Data	_____/_____/____				
Produtos	StockFixo	Inventário	Quant.vendida	Requisição	Existência

Fonte: Hotel Foya Branca

Anexo 8: Ficha de Stock

HOTEL PRIMOR			UNIDADE: QUILO			STOCK MÍNIMO 5					
						STOCK MÁXIMO 20					
ARTIGO: CAFÉ EM GRÃO											
LOCAL DE ARMAZENAGEM:											
DATA	JANEIRO			FEVEREIRO			MARÇO			ABRIL	
	ENT.	SAÍDA	SALDO	ENT.	SAÍDA	SALDO	ENT.	SAÍDA	SALDO	ENT.	SAÍDA
Balanco	11		11	7							
1		6	5								
2	20	7	18								
3		6	12								
4		6	6								
5	15	5	16								
6		10	6								
7	20	9	17								
8		8	9								
9	15	6	18								
10		4	14								
11		5	9								
12	20	6	23								
13		6	17								
14		6	11								
15		6	5								
16	20	5	20								
17		5	15								
18		6	9								
19	15	6	18								
20		8	10								
21	20	9	21								
22		6	15								
23		7	8								
24	15	6	17								
25		5	12								
26	15	10	17								
27		6	11								
28		6	5								
29	25	7	23								
30		9	14								
31		7	7								
Segue	211	204	7								

Fonte: Aboim (2007)